



**ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**MAQUÉLEN TAFAREL DE CÓRDOVA**

**JULGANDO O LIVRO PELA CAPA: A INFLUÊNCIA  
DO DESIGN DAS CAPAS NA ESCOLHA DO PÚBLICO INFANTIL**

**CAXIAS DO SUL  
2020**

**MAQUÉLEN TAFAREL DE CÓRDOVA**

**JULGANDO O LIVRO PELA CAPA: A INFLUÊNCIA DO  
DESIGN DAS CAPAS NA ESCOLHA DO PÚBLICO INFANTIL**

Monografia do Curso de Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade de Caxias do Sul apresentada como requisito para obtenção do título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Profa. Me. Vanessa Roveda

**CAXIAS DO SUL**

**2020**

**MAQUÉLEN TAFAREL DE CÓRDOVA**

**JULGANDO O LIVRO PELA CAPA: A INFLUÊNCIA  
DO DESIGN DAS CAPA NA ESCOLHA DO PÚBLICO INFANTIL**

Monografia do Curso de Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade de Caxias do Sul apresentada como requisito para obtenção do título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

**Aprovada em:** \_\_/\_\_/\_\_

**Banca Examinadora:**

---

Prof. Me. Vanessa Roveda (Orientadora)  
Universidade de Caxias do Sul

---

Prof. Me. Carlos Antônio de Andrade Arnt  
Universidade de Caxias do Sul

---

Prof. Dr. Júlio Colbeich  
Universidade de Caxias do Sul

Aos leitores apaixonados,  
desde crianças,  
assim como eu.

*A criatividade é contagiosa. Passe adiante.*

***Albert Einstein***

## **AGRADECIMENTOS**

A conclusão de um curso é um tanto desafiador, e neste momento em que o mundo parou, foi mais desafiador ainda. Em meio a todo o caos, o foco foi o maior obstáculo, mas também pode ter sido a válvula de escape. O universo infantil é mágico, então fico muito feliz e agradecida por ter escolhido um tema que eu goste e admire tanto.

O meu agradecimento mais sincero é para minha orientadora que me dedicou tempo, atenção, muita paciência e sempre com simpatia, fico muito grata.

Obrigada ao meu noivo e familiares pelo suporte desde o início para chegar até aqui, isso não seria possível sem vocês.

Aos pais que disponibilizaram e dedicaram um tempo para aprender e realizar a pesquisa com seus filhos(as).

Por fim, gratidão resume essa fase, esse trabalho, e todas as pessoas que estiveram presentes para que ele fosse possível.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Fatores de influência no processo de decisão de compra .....	13
Figura 2 – Modelo das cinco etapas do processo de compra do consumidor .....	16
Figura 3 – Motivação para ler um livro .....	21
Figura 4 – Análise do mercado editorial 2018 e 2019 em gêneros literários .....	22
Figura 5 – Exemplo da Lei da Unidade e da Segregação .....	27
Figura 6 – Exemplo da Lei da Unificação .....	28
Figura 7 – Exemplo da Lei da Continuidade.....	28
Figura 8 – Exemplo da Lei da Proximidade.....	29
Figura 9 – Exemplo da Lei da Semelhança.....	29
Figura 10 – Exemplo da Lei do Fechamento.....	30
Figura 11 – Exemplo da Lei de Pregnância .....	30
Figura 12 – Elementos do <i>grid</i> na página.....	33
Figura 13 – Variações do matiz, valor e croma .....	34
Figura 14 – Síntese aditiva e síntese subtrativa.....	36
Figura 15 – Círculo cromático .....	36
Figura 16 – Seleções de cores do círculo cromático.....	37
Figura 17 – Escala de atratividade da cor .....	39
Figura 18 – Estrutura de uma letra.....	41
Figura 19 – Exemplos de <i>Letterings</i> .....	43
Figura 20 – Exemplos de texturas.....	44
Figura 21 – Exemplos de padronagens.....	45
Figura 22 – Anatomia do livro.....	50
Figura 23 – Formatos das séries A, B e C da ISO 21 .....	52
Figura 24 – Passos para realizar a pesquisa .....	55
Figura 25 – Brincar e Aprender Opostos.....	58
Figura 26 – Eu e Minha Mamãe Melhores Amigos.....	59
Figura 27 – Animais e Objetos para Procurar e Encontrar na Fazenda .....	60
Figura 28 – Contos Clássicos João e Maria.....	61
Figura 29 – Histórias Fascinantes para Crianças.....	62
Figura 30 – Ordem de escolha dos livros .....	64
Figura 31 – Onde costumam comprar livros para seus filhos(as) .....	67
Figura 32 – Presença do filho(a) quando realiza a compra de livros para ele(a) .....	68

## LISTA DE QUADROS

Tabela 1 - Aspectos da capa que mais chamaram a atenção.....	64
--	----

## RESUMO

O design gráfico tem diferentes aplicações e sua influência no consumo de produtos é objeto de diversos estudos. Considerando isso, a presente monografia tem como objetivo analisar quais são os aspectos relacionados à capa do livro que são determinantes para influenciar a escolha da leitura do público infantil. O referencial teórico apresenta temas referente ao comportamento do consumidor infantil, leitura, mercado editorial e design gráfico das capas de livros. Para este trabalho foi adotada a abordagem qualitativa através da análise do design de capas de livros infantis, da observação do processo de escolha de livros por crianças de 5 a 8 anos e entrevista com os responsáveis pelas crianças. Expõe os dados coletados através das observações e do resultado do questionário. Exibe a reflexão sobre os resultados obtidos. O estudo indica que na capa de livros infantis as imagens e ilustrações exercem o principal papel para a escolha do livro, e que a capa do livro exerce um papel decisivo na escolha do mesmo e apesar da criança não exercer a compra sozinha, ela é um ator decisivo nesta definição.

**Palavras-chave:** Design gráfico; Capa de livro; Consumidor infantil.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE LIVROS INFANTIS .....</b>	<b>12</b>
2.1 O ESTUDO SOBRE O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR.....	12
2.2 O CONSUMIDOR INFANTIL .....	18
2.3 A LEITURA INFANTIL E O MERCADO EDITORIAL .....	20
2.4 A CAPA DO LIVRO .....	22
<b>3 O DESIGN GRÁFICO DAS CAPAS DE LIVROS .....</b>	<b>25</b>
3.1 LEIS DE GESTALT .....	26
3.2 HIERARQUIA VISUAL .....	30
3.3 TEORIA DAS CORES .....	33
3.4 CRIAÇÃO DE LETRAS .....	39
3.5 TEXTURA E PADRONAGEM .....	44
3.6 IMAGENS E ILUSTRAÇÕES .....	45
3.7 ESTRUTURA DO LIVRO .....	47
3.8 ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO.....	50
<b>4 METODOLOGIA .....</b>	<b>54</b>
<b>5 ANÁLISE.....</b>	<b>57</b>
5.1 ANÁLISE DO DESIGN DAS OBRAS ESCOLHIDAS .....	57
5.1 RESULTADO DA OBSERVAÇÃO DAS CRIANÇAS.....	61
5.2 RESULTADO DO QUESTIONÁRIO APLICADO AOS PAIS .....	65
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>68</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>70</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>77</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A leitura é uma prática altamente importante e prazerosa, além de ser uma das maneiras mais antigas e mais eficientes de adquirir conhecimento. Quando vira um hábito já na infância, desenvolve o intelecto, estimula a criatividade, trabalha a imaginação, exercita a memória, contribui com o crescimento do vocabulário e melhora na escrita, além de inúmeros outros benefícios.

O analfabetismo de jovens e adultos vem sendo reduzido no Brasil, o que significa, que de acordo com o IBGE, o percentual caiu de 7,2% para 6,8% entre 2016 e 2018. Diante disso, a leitura é um hábito de 56% da população brasileira, segundo pesquisa do Instituto Pró-Livro (2016). Para ser considerado um leitor, pela metodologia do estudo, é necessário ter lido ao menos um livro nos últimos três meses.

A capa do livro, apesar de normalmente ser a última coisa a ser criada, é quase sempre a primeira a ser vista. Na capa do livro se destacam os mais variados elementos, com tendências, cores e fontes. Elaboradas como uma verdadeira obra de arte é um dos passos mais importantes para atrair o interesse do seu público, e quando se trata do público infantil, como essa atração ocorre? Qual a importância do *design* da capa para escolha de uma obra?

É importante um grande investimento em *design* gráfico para a criação de capas de livros. O papel dos *designers* editoriais ou capistas é criar trabalhos que fujam do comum, entregando materiais inovadores, instigantes e criativos. Para isso, existe um processo que conta com uma gama de opções e utilizações de diversas técnicas a fim de as tornar irresistíveis aos olhos do consumidor e influenciar de forma decisiva a escolha dos leitores.

A capa é a essência do livro. Martins (1989) esclarece que a leitura vai além do texto e começa antes do contato com ele. Nesse sentido, a leitura do objeto capa de livro, passa a ter grande importância por muitas vezes encontrar-se com o leitor antes que a história da obra em si. Com as constantes mudanças no mercado editorial de livros infantis, uma das tarefas mais importantes das editoras é posicionar-se competitivamente e além disso é fundamental que a capa seja um ótimo atrativo, sendo personalizada com cores, tipografias, ilustrações, texturas e tudo de inovador para que possa brilhar aos olhos do leitor.

Considerando esse contexto e a importância desse tema a questão problema deste trabalho é: qual a influência do *design* das capas para a escolha de livros junto ao público infantil?

Este trabalho se propõe a atingir o seguinte objetivo geral: identificar como os elementos do *design* das capas de livros influenciam a escolha da leitura pelo público infantil.

Os objetivos específicos desta pesquisa são:

- a) Compreender o comportamento do público infantil para a escolha de livros;
- b) Estudar os elementos do *design* e compreender como os mesmos são utilizados em capas de livros;
- c) Verificar quais os critérios relacionados aos atributos da capa do livro são decisivos para a escolha de leitura pelo público infantil.

É importante ressaltar que a escolha pelo público infantil foi fundamentada por pesquisas e pelo interesse sobre o tema, focando no pensamento puro e extremamente criativo das crianças e como a percepção do *design* é influenciado também por essa criatividade. Segundo a pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil (2015)* a capa do livro é o principal motivo de escolha de um livro na faixa etária entre 5 e 13 anos.

Com o intuito de responder à questão problema, este estudo de caráter exploratório realizou uma revisão bibliográfica apresentando as contextualizações teóricas sobre o comportamento do consumidor focando no público infantil; a leitura infantil e o mercado editorial; a capa do livro. Após aprofundou-se sobre o tema design gráfico, com a finalidade de compreender e conhecer os elementos envolvidos no fenômeno de elaboração de capas.

Essas contextualizações serão apresentadas nos capítulos 2 e 3 a seguir.

No capítulo 4 e 5 serão apresentadas a metodologia e análise dos resultados do estudo empírico. Para este trabalho foi adotada a abordagem qualitativa através da análise de capas de livros infantis, da observação do processo de escolha de livros por crianças de 5 a 8 anos e através de entrevista com os responsáveis pelas crianças.

Por fim, as considerações finais apresentam as principais descobertas e reflexões geradas por este trabalho monográfico.

## 2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE LIVROS INFANTIS

Este capítulo tem por objetivo compreender o comportamento de crianças na escolha de livros. Por tanto, considera-se válido revisitar as teorias sobre comportamento do consumidor, para posteriormente aprofundar essa reflexão no comportamento específico do consumidor infantil. Além disso, relaciona todas essas questões com a leitura infantil, o mercado editorial e a capa do livro.

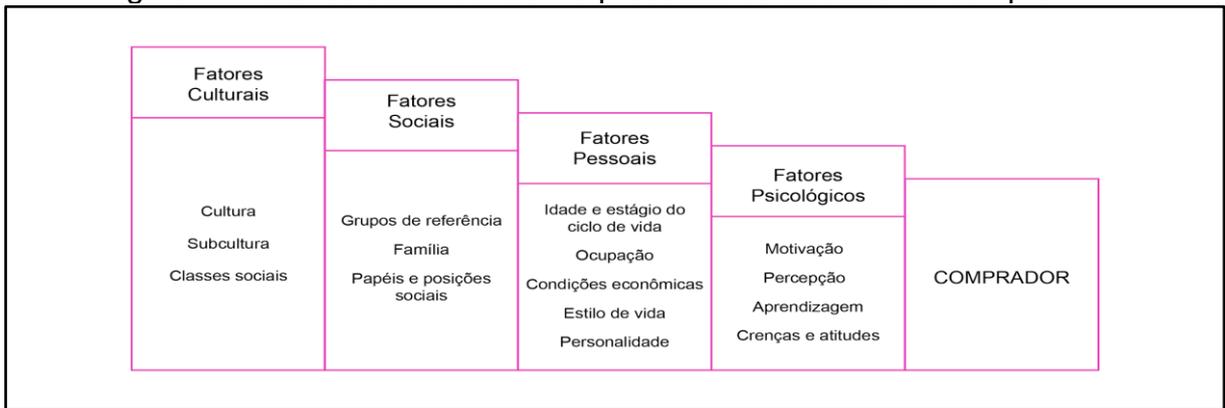
### 2.1 O ESTUDO SOBRE O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

O Consumo é o ato de adquirir bens ou serviços por meio da compra e pode ser compreendido como uma das etapas da atividade econômica. Na sociedade capitalista, o consumo é fundamental para que o dinheiro circule, gerando renda e emprego. No cenário brasileiro, o consumo teve sua expansão mais significativa na década de 50, quando a publicidade massiva pela televisão impulsionou o mercado no país. Com isso, o brasileiro foi se tornando o consumidor que conhecemos hoje, ou seja, que além de comprar o que necessita, compra também impulsionado pela publicidade e assim se tornando objeto relevante de vários estudos.

Para Churchill (2000), o processo de compra é influenciado por fatores sociais, de marketing e situacionais. Identificar as circunstâncias que ativam uma necessidade específica do consumidor é dever dos profissionais de marketing. Já Solomon (2002), Schiffman e Kanuk (2000) compreendem que o indivíduo, como consumidor, sofre influências psicológicas, pessoais, sociais e culturais. Kotler (1998), um dos principais estudiosos do tema, apresenta um modelo que demonstra os fatores psicodinâmicos internos e externos que atuam sobre o consumidor que serão apresentados na sequência.

A decisão do comprador ao escolher determinado produto ou marca não acontece ao acaso. O impulso de compra tem como premissa o estímulo, que pode ser gerado pela mídia, preço, ponto de venda, promoção ou pela competição/concorrência. A decisão de compra ainda sofre influência das diversas características do consumidor conforme é possível visualizar na Figura 1.

Figura 1 - Fatores de influência no processo de decisão de compra



Fonte: Adaptada de Kotler, 1998.

Os **Fatores culturais** são os fatores que exercem mais influência, e determinam o posicionamento do consumidor. São eles:

- a) Cultura: é aquela que se refere a todos os aspectos gerais da realidade social, segundo Kotler (1998) a cultura é o determinante mais fundamental dos desejos e do comportamento de uma pessoa. Diante disso o termo cultura acaba sendo um conjunto de valores, percepções, preferências e comportamentos adquiridos através da convivência com a sociedade;
- b) Subcultura: incluem as nacionalidades, religiões, grupos raciais e regiões geográficas. Segundo Kotler (1998) cada cultura consiste em subculturas menores, as quais fornecem identificação mais específicas e socialização para os seus membros;
- c) Classe Social: são divisões construídas hierarquicamente dentro de uma sociedade, cujos membros compartilham valores, interesses e comportamentos similares. Segundo Churchill e Peter (2000), a distribuição da população brasileira em classes sociais, segundo o Critério Brasil, dá-se em função de um sistema de pontuação baseado na posse de bens de consumo duráveis, renda, instrução do chefe da família e outros fatores, como a presença de empregados domésticos.

O segundo grande conjunto de fatores são os **sociais** que se refere aos grupos de referência, família, papéis e posições sociais que acabam por influenciar o comportamento de compra do consumidor.

- a) Grupos de referência: tem influência no comportamento do consumidor no momento da tomada de decisão, devido ao contato entre as pessoas de afinidade. Segundo Churchill e Peter (2000), os grupos de referência são

aqueles grupos de pessoas que influenciam os pensamentos, os sentimentos e os comportamentos do consumidor. Kotler (1998) afirma que existem os grupos de afinidade denominados “primários” e “secundários”. Os grupos primários são constituídos pela família, pelos amigos, pelos vizinhos e pelos colegas de trabalho. Já os grupos secundários são constituídos pelas religiões, sindicatos e profissões;

- b) Família: De acordo com Kotler e Keller (2006), os membros da família constituem o grupo primário de referência de maior influência. Podem-se distinguir entre duas famílias na vida do comprador: a de “orientação”, que é formada pelos pais, e a de “procriação”, por esposa e filhos;
- c) Papéis e posições sociais: é definido pela escolha de produtos que comunique o papel e *status* social de cada consumidor. Segundo Churchill e Peter (2000) as pessoas de diferentes classes sociais tendem a fazer escolhas diferentes em relação a suas roupas, decoração doméstica, uso do tempo de lazer, escolha dos meios de comunicação e padrões de gastos e poupanças.

Há ainda os **fatores pessoais** que referem-se às características particulares das pessoas, ou seja, momentos e vivências pelas quais um indivíduo está passando, os quais acabam por interferir nos seus hábitos e nas suas decisões de consumo. Kotler (1998) apresenta cinco elementos que constituem os fatores pessoais: idade e estágio do ciclo de vida, ocupação, condições econômicas, estilo de vida e personalidade.

- a) Idade e estágio do ciclo de vida: No decorrer da vida, as pessoas passam por diversas fases, em que se desenvolvem diferentes comportamentos de compra. No decurso do tempo, é possível identificar alterações de hábitos e a chegada de novas expectativas devido à maturidade. Encontram-se aspectos que influenciam as pessoas fortemente, com o estilo de vida, autoimagem e a personalidade. Segundo Churchill e Peter (2000, p.162) há existência dos ciclos de vida familiar, isto é, “conjunto de estágios pelos quais as famílias passam e que influenciam suas necessidades e a capacidade de satisfazê-las”;
- b) Ocupação: Corresponde à profissão que o consumidor exerce, ou seja, o trabalho dos consumidores influencia seus padrões de consumo;

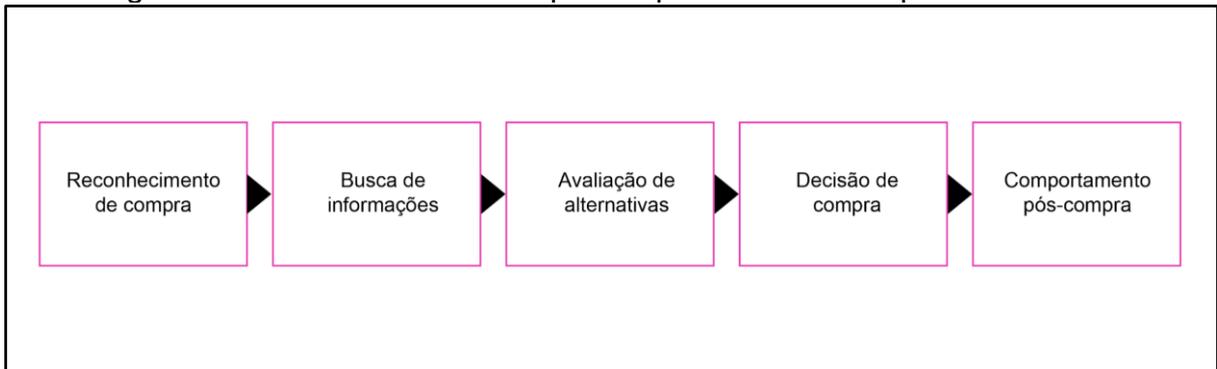
- c) Condições econômicas: poder aquisitivo é um dos fatores que afetam diretamente a escolha de produtos;
- d) Estilo de vida: é o padrão de vida quando se trata de atividades, interesses e opiniões. Segundo Kotler (1998), é possível que empresas se posicionem no mercado através de associações entre seus produtos e o estilo de vida dos consumidores reais e potenciais dos mesmos;
- e) Personalidade: cada ser humano possui uma personalidade distinta, e podem ser classificados com precisão, resultando na influencia do seu comportamento de compra. Segundo Richers (1984) a personalidade de um indivíduo é composta de uma multiplicidade de componentes que incluem valores, atitudes, crenças, motivos, intenções, preferências, opiniões interesses, preconceitos e normas culturais.

Para que um consumidor tome a decisão de compra é preciso que na sua mente se desenvolvam os seguintes estados: existência de uma necessidade, consciência desta necessidade, conhecimento do objeto que a pode satisfazer, desejo de satisfazê-la e decisão por determinado produto. Nesse sentido, conforme Kotler (1998) existem quatro importantes **fatores psicológicos** que influenciam as escolhas dos consumidores: motivação, percepção, aprendizagem e crenças e atitudes.

- a) Motivação: pode ser definida como um estado de tensão psicológica que antecede e prepara o indivíduo para a ação. Ela acontece principalmente quando uma necessidade é levantada por um impulso interno ou por uma estimulação externa;
- b) Percepção: é a forma pela qual uma pessoa seleciona, organiza e interpreta as informações para criar um quadro significativo do mundo. Segundo Kotler (1998) quando uma pessoa se encontra motivada, está pronta para agir;
- c) Aprendizagem: toda ação gera uma experiência que, por sua vez, gera um aprendizado. Segundo Kotler (1998), aprendizagem são todas as mudanças ocasionadas no comportamento de um indivíduo em função de suas experiências;
- d) Crenças e atitudes: os princípios e crenças de uma pessoa fazem parte de um conjunto de valores que estão intimamente ligados a quem ela é e as atitudes colocam as pessoas numa estrutura mental de gostar ou desgostar de um objeto. Segundo Solomon (2002), “uma atitude é duradoura porque tende a persistir ao longo do tempo.”

Outro ponto importante é o processo de decisão de compra pelo modelo de cinco etapas é utilizado por Kotler e Keller (2006) para demonstrar as etapas realizadas pelo consumidor em uma decisão de compra. O processo de decisão de compra do consumidor pode ser ilustrado da seguinte forma, conforme representado na Figura 2.

Figura 2 - Modelo das cinco etapas do processo de compra do consumidor



Fonte: Adaptada de Kotler e Keller, 2006.

- a) Reconhecimento de compra: Segundo Kotler e Keller (2006), um processo de compra começa no ponto que o consumidor reconhece um problema, ou uma necessidade. Esta necessidade pode ser despertada por estímulos internos ou externos. Os estímulos internos vêm das necessidades da pessoa, tornando-se um impulso, e os estímulos externos são provocados pelo ambiente;
- b) Busca de informações: Segundo Schiffman (2009) a busca pré-compra começa quando o consumidor percebe uma necessidade que pode ser atendida pela compra e consumo de um produto. O consumidor interessado busca mais informações sobre possíveis produtos a serem comprados. Esta busca por informações se divide em duas diferentes formas: na primeira o consumidor é mais receptivo às informações que chegam até ele e na segunda o próprio consumidor busca informações em diversas fontes (fontes pessoais, comerciais, públicas e experimentais);
- c) Avaliação de alternativa: Segundo Kotler e Keller (2006) não existe um processo único de avaliação, os modelos mais atuais consideram que o consumidor forma julgamentos principais em uma base racional e consciente. Diante disso ao avaliar as alternativas de compra com características e benefícios diferentes o consumidor determinada, segundo suas crenças e

atitudes, as que têm sua preferência e a partir delas estabelece os critérios que serão utilizados para avaliar cada marca;

- d) Decisão de compra: Após a avaliação de alternativas, o consumidor determina qual ou quais produtos ele tem a intenção de comprar. A partir do momento que o cliente tem essa intenção de compra, passa a analisar cinco sub decisões segundo Kotler e Keller (2006): decisão por marca, decisão por revendedor, decisão por quantidade, decisão por ocasião e decisão por forma de pagamento;
- e) Comportamento pós-compra: após a utilização do produto adquirido, o consumidor avalia o mesmo através de suas próprias expectativas. Existem três possíveis resultados dessas avaliações: o desempenho real atende as expectativas levando a um sentimento neutro; o desempenho supera as expectativas.

Diante disso é extremamente importante para o estudo a compreensão sobre as etapas dos papéis do consumidor, contribuindo para a melhoria e aprimoramento da criação de capas de livros infantis, além de identificar quais as etapas pelas quais o consumidor passa, os autores também salientam a importância de identificar os principais papéis que indivíduos podem exercer no processo de compra. Dentro do processo de decisão de compra existem alguns papéis que são desempenhados pelos consumidores. Nem sempre o processo de decisão de compra será exercido por apenas uma pessoa. Para Samara e Morsch (2005), são seis os diferentes papéis no processo de decisão de compra:

- a) Iniciador: é o indivíduo que primeiro sugere a ideia de compra de determinado produto;
- b) Influenciador: aquele que cuja opinião ou ponto de vista tem forte peso para que se chegue à decisão final;
- c) Decisor: aquele que determina a decisão de comprar;
- d) Comprador: aquele que efetivamente realiza a compra;
- e) Consumidor (ou usuário): aquele que consome ou utiliza o produto;
- f) Avaliador: aquele que julga se o produto é adequado ao uso.

Desta forma, segundo Samara e Morsch (2005), é importante reconhecer que o consumidor pode, ocasionalmente, não envolver apenas um indivíduo, mas um grupo de pessoas, e que cada membro poderá ter uma contribuição diferente no processo de compra. No caso deste estudo, além de entender como o público infantil

passa por este processo, há a atuação de pais e professores, exercendo influência nesta dinâmica.

De acordo com Solomon (2011) às crianças influenciam diretamente em torno de 453 bilhões de dólares em compras da família durante o ano. As crianças sempre palpitam nas compras dos pais. A influência irá depender da interação que a criança tem com a família, pode variar também de acordo com a renda e estilo de vida. Este processo também sofre a influência dos estímulos de marketing introduzidos pelas empresas juntamente com os estímulos do ambiente como fatores econômicos, tecnológicos, políticos e culturais e também fatores socioculturais, situacionais e psicológicos do consumidor.

## 2.2 O CONSUMIDOR INFANTIL

O processo de conhecer e consumir um produto ou serviço ocorre com a necessidade de informações sobre o que se vai consumir, bem como, a aprendizagem realizada para esse consumo. No caso das crianças esse processo também ocorre, embora, de forma diferenciada.

Pesquisadores educacionais, e em especial psicólogos, têm estudado o comportamento infantil e a relação com a aprendizagem. Diante disso o comportamento se dá por ser apreendido, às vezes imitado, condicionado, bem como outras formas que contribuem para que a aprendizagem também ocorra. Segundo Karsaklian (2000), deve-se abandonar a noção de indivíduo-consumidor e assumir a de unidade de decisão. É nesse contexto que a socialização da criança como consumidor está associada à decisão de compra familiar.

O grau de influenciabilidade de certos pais é fator que deve ser levado em consideração no estudo do relacionamento entre as crianças e os pais na hora da compra. No começo da década de 90, em busca de uma explicação sobre o comportamento de consumo das crianças como objeto de estudo em si mesmo, MacNeal e Yeh (1993) afirmaram que existe um processo de desenvolvimento da criança como consumidora seguindo cinco estágios:

- a) Estágio 1: Observação está etapa consiste na interação com o local, contato sensorial com o mundo mercadológico e conseqüentemente a primeira oportunidade de interagir com uma fonte comercial de bens e serviços que

satisfazem suas necessidades, utilizando da visão, do tato, do gosto e do olfato e da captação de sensações provenientes dos fenômenos do mundo comercial;

- b) Estágio 2: Fazendo pedidos. O único estímulo é a vitrine, pede quando vê. O pedido que se caracteriza pela capacidade das crianças de pedir artigos de consumo, principalmente produtos alimentícios, primeiro por meio de gestos, logo após com palavras e mais tarde com ações;
- c) Estágio 3: Selecionando. As crianças desenvolvem uma memória da loja e expressam o desejo de independência, localizando e retirando produtos que os satisfazem. O *layout* da loja, sua disposição e a embalagem do produto são de extrema importância para a criança);
- d) Estágio 4: Efetuando compras com auxílio. Ao receber algum dinheiro de seus pais, passa a compreender a dinâmica, onde a loja possui produtos e o dinheiro é o meio da permuta. Torna-se um consumidor primário que gasta seu dinheiro com suas próprias necessidades e desejos; apesar de existirem casos em que isto se realiza aos 2 anos, em média isto parece ocorrer aos 5 anos;
- e) Estágio 5: Efetuando compras com independência. A criança realiza compras sem o auxílio dos pais. Algumas compram sem seus pais a partir de 4 anos, embora a idade média seja de 8 anos.

O mercado é formado por crianças que estão cada vez mais bem informadas devido ao acesso à internet e à televisão, e só consomem o que lhes agrada, sem imposições. Muitas vezes decidem a compra, já que acompanham com frequência os pais. O poder de influência das crianças de exercer sua vontade através dos pais, segundo McNeal (2000) é muito maior do que como mercado primário, por isso atraem tanto os profissionais de marketing interessados em influenciar os pais através das crianças. Esse fato mostra que a criança como consumidora pode ser ainda mais relevante para o mercado como influenciador na decisão de compra dos pais do que como consumidor final.

### 2.3 A LEITURA INFANTIL E O MERCADO EDITORIAL

A literatura infantil além de ser de extrema importância, ela contribui para o conhecimento, recreação, informação e interação necessária ao ato de ler, podendo assim influenciar de maneira positiva no desenvolvimento social, emocional e cognitivo da criança.

Segundo Martins (1989) o leitor já existe antes mesmo de sua alfabetização pois as experiências pessoais e sociais que ele viveu estabelecem relações com os problemas, habilitando-o a realizar as leituras de qualquer natureza, portanto, a leitura está presente no cotidiano dos indivíduos, especialmente as crianças, mesmo longe das letras e da escrita. O ser humano é capaz de ler uma circunstância, uma pessoa, um objeto ou um conceito. Para Martins (1989), a leitura é:

[...] um processo de compreensão de expressões formais e simbólicas, não importando por que meio de linguagem. Assim o ato de ler se refere tanto a algo escrito quanto a outros tipos de expressão do fazer humano. (MARTINS, 1989, p. 30)

A leitura pode ser caracterizada não só como uma decodificação de signos linguísticos, Martins (1989) ainda afirma que é como um processo de compreensão abrangente, cuja dinâmica envolve componentes sensoriais, emocionais, intelectuais, fisiológicos, neurológicos, bem como culturais, econômicos e políticos.

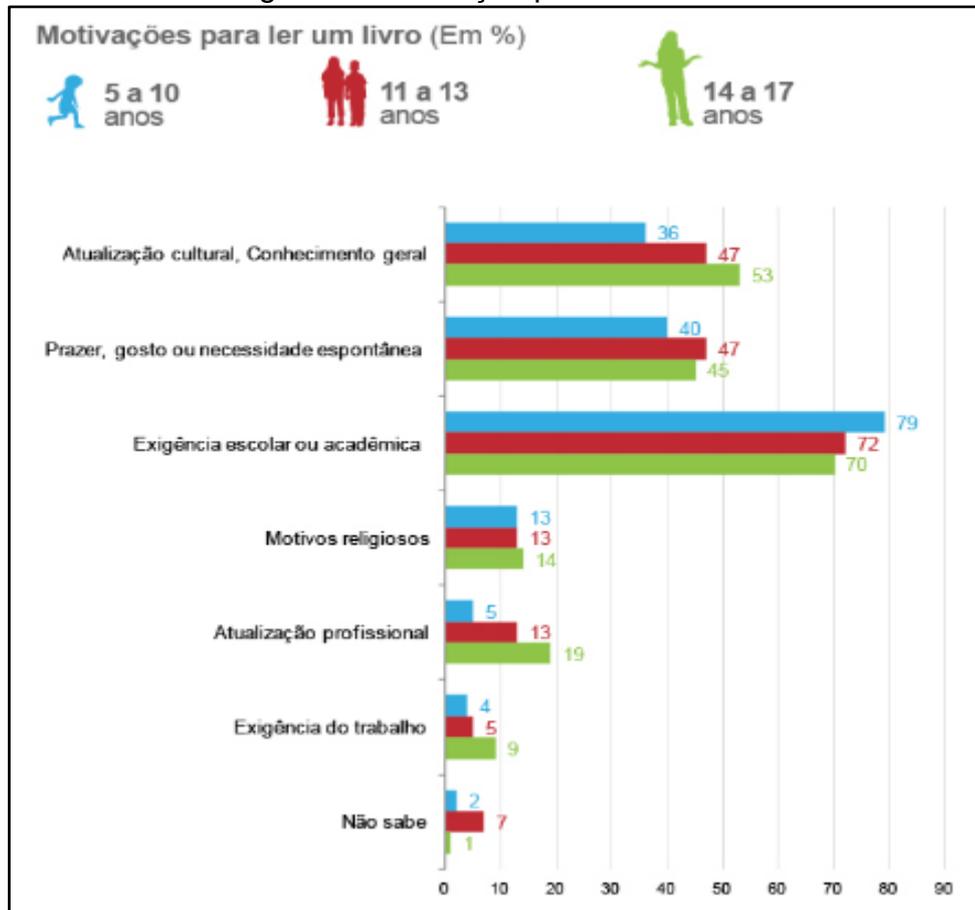
Um indivíduo em seu cotidiano passa por diversas situações em que realizar leituras é fundamental. Ler é importante para sobreviver com comodidade, liberdade e independência, pois essa decodificação é necessária para atividades simples como saber o que comprar em um supermercado e até assinar o próprio nome quando necessário.

A prática da leitura ainda não está totalmente presente entre os brasileiros, tão pouco no público infantil. De fato, ler não é tão simples. Ler não é uma atividade passiva, estática, mas dinâmica. Na leitura há o cruzamento de dois mundos e a possibilidade de se perceber as coisas através de outro ponto de vista. Um livro é um mundo: o mundo de leituras de seu autor dialogando com o mundo do leitor. Por isso, a leitura nunca será igual para dois leitores.

Segundo estudos do Instituto Pró-Livro (2011) na faixa etária de 5 a 10 anos, foi registrada uma média de 5,4 livros por criança por ano. Em 2007, porém, a mesma marca era de 6,9 livros por leitores desta faixa etária. Entre os pré-adolescentes, de

11 a 13 anos, o índice caiu de 8,5 livros por indivíduo, em 2007, para 6,9 em 2011. Entre as faixas etárias, as motivações para ler foram as seguintes (Fig. 3):

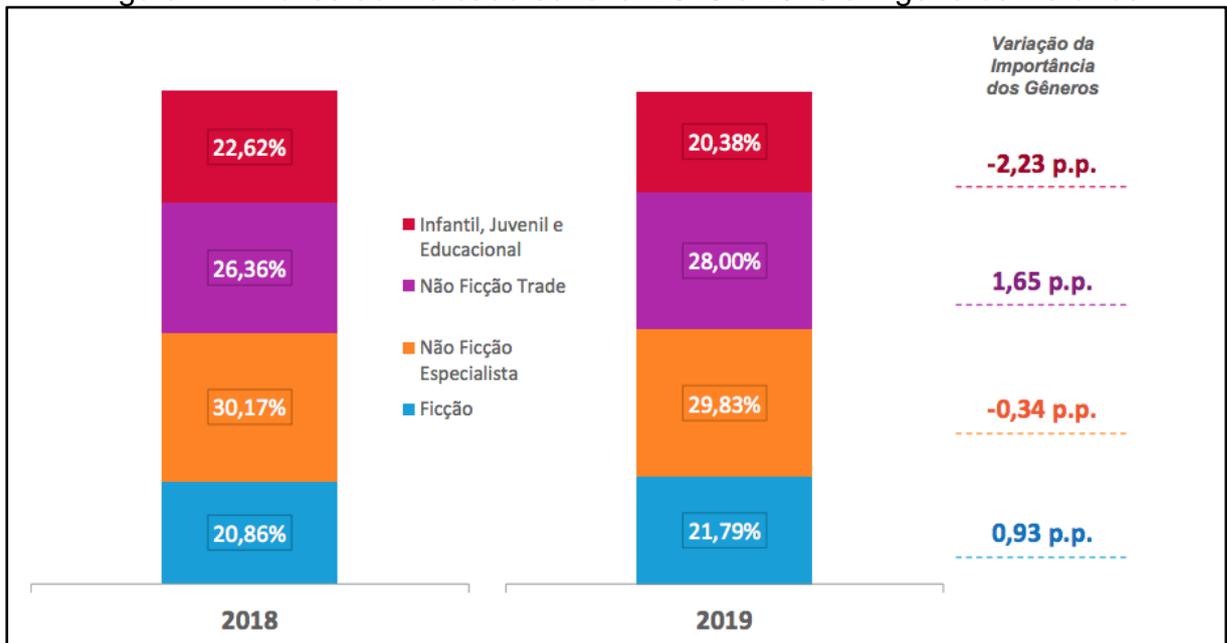
Figura 3 - Motivação para ler um livro



Fonte: Instituto Pró-Livro (2011).

O mercado editorial em 2019 segundo pesquisa do Nielsen BookScan e Sindicato Nacional dos Editores de Livros (2019) revela queda de 6,21% em volumes e vendas entre 2018 e 2019. Na Figura 4, a análise foi baseada nos gêneros literários, onde a queda foi maior:

Figura 4 - Análise do mercado editorial 2018 e 2019 em gêneros literários



Fonte: Nielsen BookScan (2019)

O mercado editorial ficou mais diversificado, com muitos nichos, com livros mais caprichados ou mesmo mais segmentados, em formatos diferentes. Grandes livrarias acabaram perdendo um pouco a conexão com o leitor mais qualificado. As pequenas e médias livrarias, que têm surgido e crescido, fazem um trabalho de curadoria mais cuidadoso e atento, entendendo melhor esse momento.

Nesse cenário editorial crítico, o Brasil lida com muitas variáveis: novos perfis de leitores, surgimento de novas tecnologias, o fenômeno das plataformas online e muito mais.

## 2.4 A CAPA DO LIVRO

A capa surge com duas funções eminentemente prática: segundo Haslam (2007) a de proteger o miolo do livro, e a de indicação do conteúdo da obra. A sua posição privilegiada, como face visível do livro, tornou manifesto o uso da capa para cumprir outras funções. O carácter ornamental da capa surge como uma necessidade de dotar o livro de uma aparência digna do seu valor econômico e social. A mecanização do processo de produção arranca o livro de um contexto individualizado, em que cada livro era um objeto singular, destinado a um público definido, neste caso o infantil.

Para Lima (2012), a capa ainda tem uma terceira função: diferenciar um livro dos outros similares, possibilitando uma identidade visual, que pode ser entendida como uma embalagem que não é descartável e permanece conectada ao seu produto por tempo indeterminado.

Uma vez que a leitura é um processo muito mais abrangente e envolve fatores além de texto, compreende-se com clareza porque a capa do livro pode ser um elemento fundamental para a escolha do leitor. Diante disso, é válido considerar os três níveis de leitura que Martins (1989) expõe, e que se inter-relacionam segundo as necessidades, expectativas e interesses do leitor, são eles:

- a) Nível sensorial: a leitura é realizada através dos sentidos, onde não se fazem necessárias racionalizações ou justificativas, o leitor lê conforme o que o impressiona;
- b) Nível emocional: a leitura relaciona-se com os sentimentos do leitor para com o objeto lido;
- c) Nível racional: leitura realizada buscando apenas o que interessa para o conhecimento do leitor.

A leitura sensorial é influenciada pela aparência do livro. Se esse impressiona o leitor, não há no primeiro momento como racionalizar a decisão da escolha, pois o leitor é atraído por um conjunto de aspectos muito específicos que mexem com os seus sentidos.

Quando se trata da leitura da capa do livro, fala-se sobretudo da leitura sensorial, mas também da leitura emocional e da leitura racional. A leitura sensorial é influenciada pela aparência do livro. Se esse impressiona o leitor no primeiro momento, fica mais difícil racionalizar a decisão da escolha, pois o leitor é atraído por um conjunto de aspectos muito específicos que mexem com os seus sentidos.

No caso das capas dos livros, Martins (1989) afirma que os atributos apresentados podem causar emoções variadas ao leitor, despertar lembranças, estimular a imaginação, causar alegria, tristeza ou curiosidade, tudo se passa num processo de identificação e não existe um controle racional sobre isso.

Segundo Haslam (2007), na primeira capa constam imagens, elementos decorativos ou representativos como texturas, tipografias diferenciadas, entre outros, que proclamam e se apresentam ao leitor. Quando se trata de livros infantis, a primeira capa tem o objetivo ainda maior de atrair o público infantil. Em questões gráficas a primeira capa, sobre capa e lombada devem ser entendidas como um todo e

trabalhadas de forma harmônica, agregando uma consistência visual ao livro. Entretanto a primeira capa é a que causa um maior impacto ao leitor, por isso deve receber um tratamento prioritário.

Outro fator de grande importância é o profissional que desenvolve as capas: o capista. Para Scheuer (2009) várias editoras não mantêm um departamento criativo, e apenas repassam ao *designer* editorial contratado um *briefing* com as informações sobre a obra. Lima (2012) descreve passos para um *briefing* deste tipo de material, que são:

- a) Informações editoriais: assunto, título do livro, autor, entre outros;
- b) Informações técnicas: medidas do livro, números de página, tipo de acabamento;
- c) Informações comerciais: público-alvo, estratégia de venda da editora, orientações ou recomendações em relação ao design da capa (cores, estilo, por exemplo), referências de comparação (concorrência ou outras obras do mesmo autor), e anexos com arquivos digitais com texto de apresentação, prefácio e sumário.

De acordo com Lima (2012) o capista tendo essas informações, deverá traduzir visualmente na capa todas as intenções da editora. Além disso cabe a esse profissional realizar pesquisas sobre o contexto da obra e buscar correspondências gráficas que englobam com maior fidelidade possível o conteúdo da obra.

Considerando todos os aspectos da capa e do profissional capista, outro ponto de grande importância é o estudo do design gráfico das capas de livros, que tem um papel importante na escolha feita pelo consumidor infantil e que são desenvolvidas principalmente pelos profissionais que fazem a criação da capa.

### 3 O DESIGN GRÁFICO DAS CAPAS DE LIVROS

Para desenvolvimento deste trabalho é fundamental abordar os conceitos de design, Hendel (2003) define o design gráfico como um meio de comunicar visualmente uma mensagem específica. Sejam quais forem os fatores determinantes da criação da capa do livro, essa inevitavelmente se comunicará com o leitor, neste caso com o público infantil, seja de forma positiva ou até mesmo negativa.

Na visão de Gruszynski (2018), o *design* envolve uma série de escolhas, além de critérios editoriais, o gênero literário ou a cultura de um determinado estado ou país podem influenciar nas decisões criativas. Para elaboração de um projeto gráfico devem-se levar em conta os elementos básicos da comunicação visual, que, como afirma Dondis (2007) são:

- a) O ponto, apesar de ser a unidade de comunicação visual mais básica, qualquer ponto exerce um enorme poder de atração, independentemente de ter sido feito pelo homem ou de fazer parte da natureza. Quando vistos, os pontos ligam-se, tornando-se capazes de dirigir o olhar. Lupton e Phillips (2008) afirmam que o ponto indica uma posição no espaço, ele se torna uma marca, uma referência, sendo capaz de expressar sua identidade ou mesclar-se à massa;
- b) A linha, no entendimento de Lupton e Phillips (2008) é uma série infinita de pontos, aparecem nos limites dos objetos e onde dois planos se encontram. Podem ser retas, curvas, contínuas ou tracejadas e ter espessura e textura;
- c) A forma é descrita por uma linha, sendo que existem três formas básicas: o quadrado, o círculo e o triângulo equilátero. Cada uma das formas básicas possui características específicas, e a cada uma se atribui significados, alguns por associação, outros por vinculação arbitrária, e outros devido a percepções psicológicas e fisiológicas. Assim, o quadrado está associado a honestidade, integridade e perfeição; o triângulo liga-se a ação, conflito e tensão; o círculo representa infinitude e proteção;
- d) A direção é expressa pelas três formas básicas: o quadrado, a horizontal e a vertical; o triângulo, a diagonal; o círculo, a curva. Cada uma das direções visuais tem um forte significado associativo e é utilizado como uma importante ferramenta para a criação de mensagens visuais. A referência horizontal – vertical encaminha-nos a um sentido de estabilidade e equilíbrio.

A diagonal possui uma força direcional mais instável. As forças direcionais curvas têm significados associados a abrangência e à repetição;

- e) O tom é a intensidade da obscuridade ou claridade, as variações de luz que permitem a percepção de profundidade, distância e dimensão;
- f) A escala é o tamanho relativo traçado em um espaço, ou seja, o tamanho de um elemento dependerá do ambiente, da localização e das cores dos demais elementos ao redor dele;
- g) A dimensão é a representação visual em formato bidimensional possibilitada pela ilusão causada pela perspectiva;
- h) O movimento só existe de fato no cinema e televisão; no entanto, o designer pode utilizar técnicas para enganar o olho e criar a sensação de movimento, conforme citam Lupton e Phillips (2008), composições diagonais, linhas sinuosas, formas pontuadas ou cortadas, sugerem movimento.

Dondis (2007) também classifica a cor e textura como elementos visuais. Para esse estudo também se aplica vários outros alicerces teóricos de grande valia para publicitários, designers, e outros profissionais envolvidos nessa área criativa que serão descritos nos tópicos a seguir.

### 3.1 LEIS DE *GESTALT*

*Gestalt* significa forma, aspecto ou figura. O conceito *Gestalt* foi iniciado na psicologia pelo filósofo australiano Christian von Ehrenfels no século XIX e desenvolvido e analisado mais especificamente pelo psicólogo checo Max Wertheimer.

Quando se pensa em psicologia da área da comunicação, logo se lembra da publicidade que trabalha com formas e estruturas gráficas. A *Gestalt* facilita a compreensão de como a informação será passada através das formas criadas. Auxilia as pessoas a entenderem e assimilarem essas informações, além de que quando são usadas de maneira consciente melhoram os projetos para alcançar os objetivos.

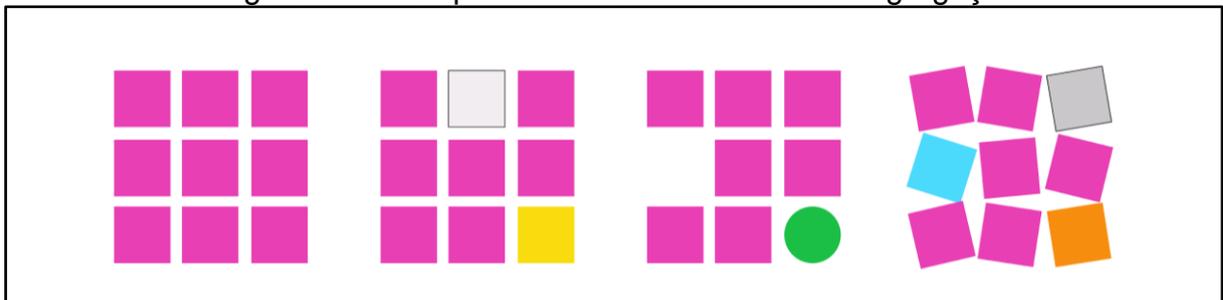
O cérebro humano compreende as formas visuais de um jeito peculiar: o inteiro é considerado antes que suas partes, ou seja, entendemos a forma como um todo antes de perceber suas partes individuais. Esse é o princípio básico do *Gestaltismo* (BERG, 2014). Um outro autor que estuda a percepção da forma é Fraccaroli (1952), que afirma que a psicologia da forma se apoia na fisiologia do sistema nervoso, quando procura explicar a relação sujeito-objeto no campo da percepção. Em seu livro, Gomes

Filho (2008), cita que para a criação de imagens, o ser humano tem a necessidade de receber algo que tenha clareza, harmonia visual e fatores de equilíbrio como fatores indispensáveis.

As leis de *Gestalt* são:

**Unidade e Segregação:** a Lei da Unidade diz respeito à conceituação de um elemento, que pode ser construído por uma única parte, ou por várias partes que em conjunto constroem este elemento. Já a segregação refere-se a capacidade de identificar, destacar e separar as unidades de uma ou mais unidades na composição inteira ou em partes dela. Em ambos os casos, essa segregação pode ser feita por diversos elementos visuais: cores, sombras, texturas, pontos, linhas e etc. A figura 5 apresenta dois círculos. Conseguimos compreender as formas das imagens, mas também percebemos que as unidades que formam o primeiro círculo, são quadrados menores, e as unidades que formam o segundo círculo são círculos menores. Neste caso, identificamos as unidades ao mesmo tempo em que segregamos a figura do todo.

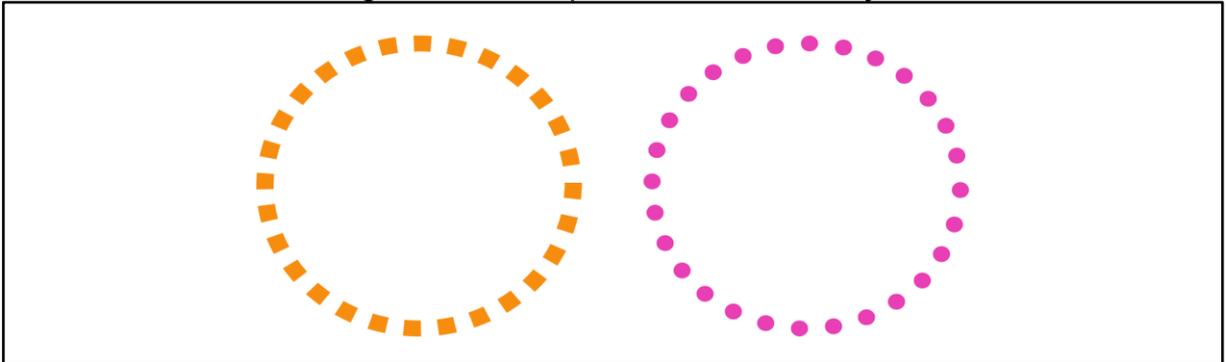
Figura 5 – Exemplo da Lei da Unidade e da Segregação



Fonte: Adaptada de Freitas, 2014.

**Lei da Unificação:** acontece quando existem elementos iguais ou semelhantes distribuídos de forma coerente e harmônica. Os princípios básicos da unificação são as leis de proximidade e a lei de semelhança. A figura 6 apresenta a evolução de uma composição com unificação perfeita que vai sendo prejudicada até que a unificação desapareça. Os princípios de harmonia, equilíbrio visual e coerência dos elementos/todo têm de estarem presentes para que o objeto ou a composição esteja unificado.

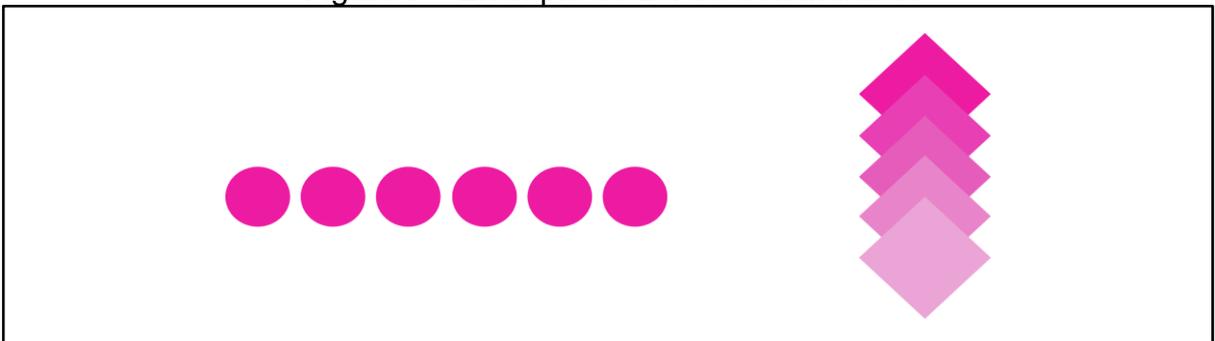
Figura 6 – Exemplo da Lei da Unificação



Fonte: Adaptada de Gomes Filho (2008).

**Lei da Continuidade:** refere-se à composição do todo, mantendo a harmonia entre as partes do objeto sem quebras ou descontinuidades na trajetória ou fluidez visual, de forma que fique mais estável estruturalmente em termos perspectivos. Também pode ser compreendido o movimento da forma, na direção já estabelecida. A Figura 7 ilustra essa concepção. No primeiro exemplo a continuidade é atribuída pela seqüência de círculos, na mesma direção, cor e tamanho. Já no segundo a imagem flui também pelo gradiente da cor rosa na seqüência de losangos.

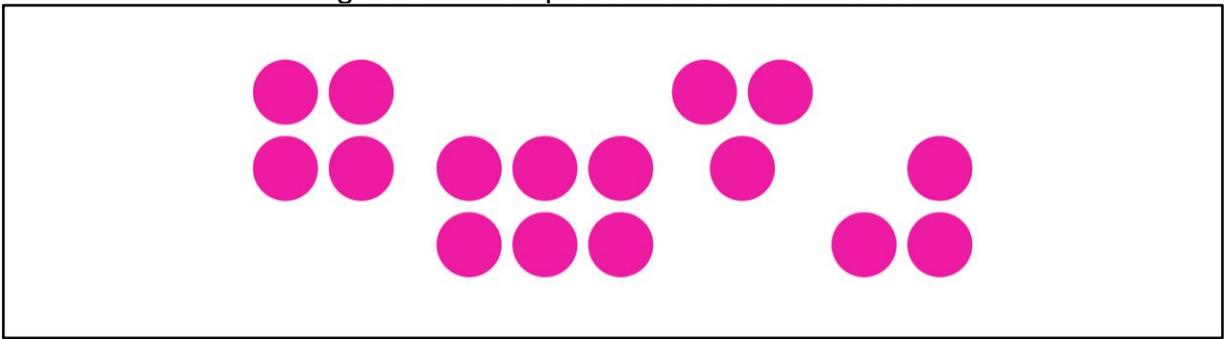
Figura 7 – Exemplo da Lei da Continuidade



Fonte: Adaptada de Gomes Filho (2008).

**Lei da Proximidade:** elementos que estão próximos visualmente tendem a se agruparem, para constituir o todo ou as unidades do todo. Para Berg (2014) os elementos vão parecer mais unificados quanto menor a distância entre eles, o que pode ser compreendido na Figura 8.

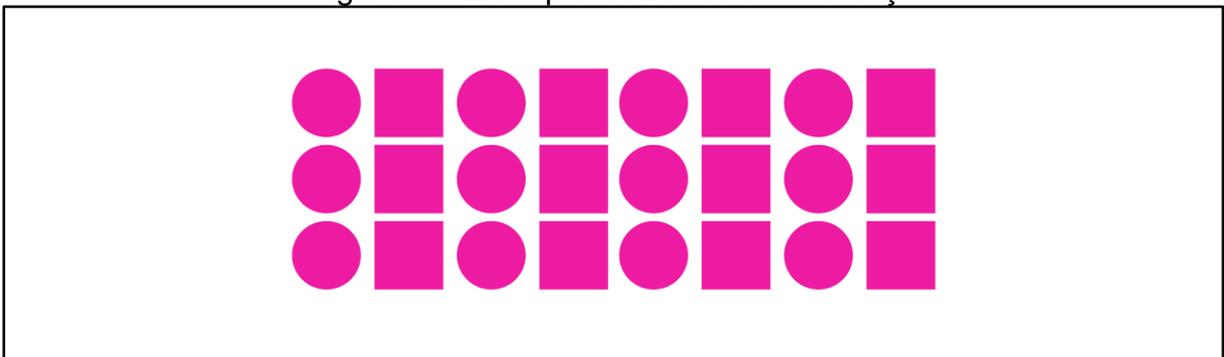
Figura 8 – Exemplo da Lei da Proximidade



Fonte: Adaptada de Berg (2014).

**Lei da Semelhança:** as similaridades entre características tendem a agrupar os elementos e constituir unidades. Estas características podem ser a cor, forma, textura, entre outros. Na Figura 9 compreende-se como se dá esse processo, Berg (2014, p. 1) explica que na imagem apresentada “[...] a maioria das pessoas vê colunas de quadrados e colunas de círculos. Poucas pessoas vão associar isto como uma linha horizontal onde quadrados e círculos se intercalam.” Gomes Filho (2008) ainda chama a atenção para o fato de que a Semelhança e a Proximidade agem e se reforçam mutuamente para garantir a harmonia, equilíbrio visual e unificar a forma do objeto.

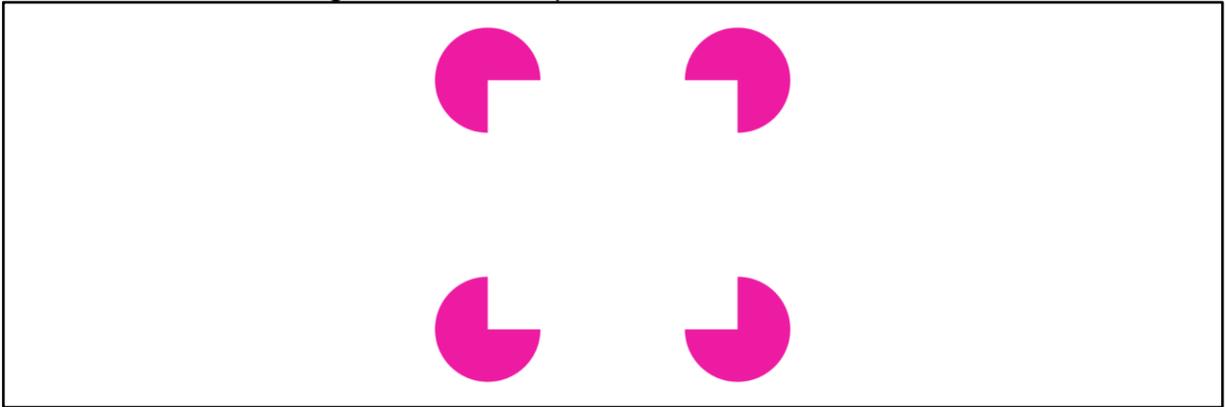
Figura 9 – Exemplo da Lei da Semelhança



Fonte: Adaptada de Berg (2014).

**Lei do Fechamento:** essa lei rege a formação de unidades, uma vez que faz com que o cérebro produza contornos e/ou faça completar uma figura ao produzir os contornos e os fechamentos que não estão presentes na imagem. Obtém-se a sensação de fechamento visual da forma, onde agrupamos os elementos de modo a dar continuidade à estrutura. Por exemplo, na Figura 10, apesar de não estarem traçados, podemos identificar as formas de um quadrado, pois o nosso cérebro preenche as linhas que faltam.

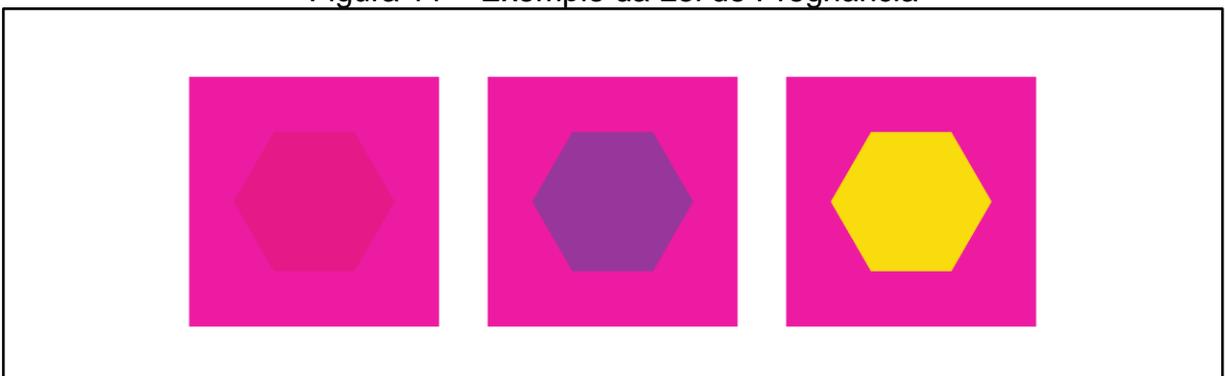
Figura 10 – Exemplo da Lei do Fechamento



Fonte: Adaptada de Berg (2014).

**Lei da Pregnância:** é a lei básica da percepção visual da *Gestalt*, e diz respeito à simplicidade de uma composição. Quanto mais simples essa for, mais clara e compreensível ela se tornará. Ou seja, um objeto com maior pregnância tenderá a ser mais equilibrado, harmonioso, claro e heterogêneo, e com o mínimo possível de complicações visuais. A composição será de fácil compreensão e leitura. A Figura 11 apresenta 3 quadrados com hexágonos no meio com exemplos: o primeiro quadrado está com baixa pregnância, ou seja, não está clara a visualização do hexágono. O segundo quadrado está com média pregnância, a visualização dele é mais evidente. E por fim o terceiro quadrado com alta pregnância, sendo o hexágono facilmente visualizado.

Figura 11 – Exemplo da Lei de Pregnância



Fonte: Adaptada de Berg (2014).

### 3.2 HIERARQUIA VISUAL

Hierarquia é a organização fundada sobre uma ordem de prioridade ou relações de subordinação entre os elementos de um conjunto, hierarquia visual nada mais é do

que a organização e a priorização do conteúdo com o intuito de comunicar a mensagem ao público de forma efetiva.

A hierarquia visual, além de ser um dos princípios mais importantes do *design*, é uma ação estratégica. As escolhas do *designer* devem auxiliar a estabelecer um caminho visual que conduza o leitor e apresente a informação de forma organizada, lógica e confiável, traçando a percepção pela rota ideal.

Na comunicação esse estudo auxilia a entender prioridades, para otimizar a absorção da mensagem e transmiti-la de forma rápida e objetiva já que o consumidor é intensamente bombardeado por inúmeras informações simultâneas.

Do ponto de vista funcional, o sistema nervoso processa a informação em uma sequência hierárquica. Os componentes sequenciais de processamento visual podem ser classificados em: visão inicial, intermediária e final. A visão inicial capta elementos básicos de informação visual (forma, cor, luminosidade, movimento e localização) e os processa em diferentes partes do cérebro. A visualização intermediária segrega alguns elementos e agrupa outros para formar campos conexos, caso contrário, teríamos uma matriz sensorial caótica.

Em razão disso é essencial o estudo de hierarquia quando se trata de capas de livros, onde quantidades absurdas estão dispostas em prateleiras, e muitas vezes a capa pode chamar atenção por uma criação gráfica organizada e pensada estrategicamente para atrair o olhar do leitor. Para elaboração de um projeto gráfico devem-se levar em conta alguns fundamentos importantes que auxiliam nesta tarefa que são: *layout* e diagramação, tipografia, caligrafia e *lettering* e teoria das cores.

O Formato do livro define as proporções externas da página, é determinado pela relação entre a largura e altura da página. Com o auxílio da diagramação, o *layout* consegue promover a harmonia da página. Os livros são geralmente projetados em três formatos: retrato, paisagem e quadrado.

A diagramação se utiliza de uma grade chamada *grid*, que determina as divisões internas fornecendo um mecanismo que possa formalizar a relação visual de cada um dos elementos da página, enquanto *layout* estabelece a posição a ser ocupada por esses elementos (HASLAM, 2007). Nesse sentido, a diagramação seria a organização das ideias, o “como fazer”, e o *layout* “o que fazer”, qual a forma, correlações e escolhas para essa composição.

Ambrose e Harris (2009) esclarecem que o objetivo principal do *layout* é apresentar os elementos visuais e textuais de modo que a comunicação fique clara e

de fácil compreensão para o leitor. Para os autores, *layout* diz respeito à diagramação, estrutura hierárquica e medições específicas dos elementos, controlando e ordenando a informação e dando suporte à criatividade do *designer*.

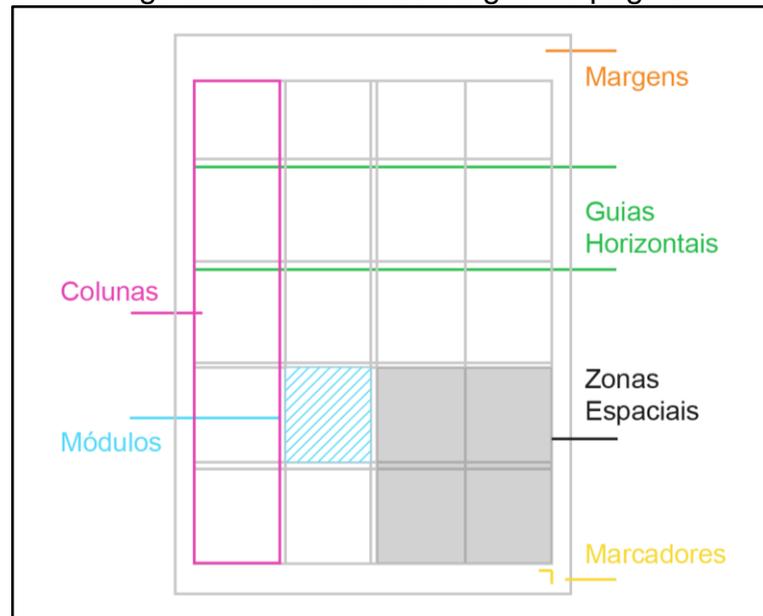
O *layout* das capas de livros se faz diferente do *layout* das páginas do miolo do livro, que se dirige a orientação textual. Conforme Haslam (2007), os *layouts* de textos são projetados para serem lidos em progressão linear, enquanto que as páginas baseadas em imagens são projetadas para serem vistas. Essa noção não é necessariamente aplicável apenas às imagens, e sim a todo tipo de elemento utilizado para chamar a atenção do leitor, como as cores ou a tipografia do título.

Na diagramação o *grid* pode ter formatos diferentes: simples com uma estrutura retangular; organizado em colunas, modular ou hierárquico, alinhado conforme proporções das informações/imagens. Esse aspecto será determinado pela formatação dos elementos do *grid*, definidos abaixo por Haslam (2007):

- a) Colunas: alinhamentos verticais que criam divisões horizontais entre as margens com larguras iguais ou diferenciadas;
- b) Módulos: são unidades individuais de espaço, separadas por intervalos regulares em espaços de tamanhos iguais que, repetidas pela página, criam colunas e faixas horizontais;
- c) Margens: são os espaços livres entre o formato e o conteúdo da página;
- d) Marcadores: são indicadores para textos secundários ou constantes, como cabeçalho e rodapé ou qualquer outro elemento que ocupe sempre o mesmo lugar na página;
- e) Zonas espaciais: são grupos de módulos, que formam um campo distinto. Para cada campo pode haver uma designação de apresentação por tipos de informação;
- f) Guias horizontais: são alinhamentos que quebram o espaço em faixas horizontais. Ajudam a orientar os olhos pelo formato e podem ser usadas para impor pausas adicionais e criar novos pontos de partida para texto e imagem.

A Figura 12 ilustra como esses elementos estão alinhados na página.

Figura 12 - Elementos do grid na página



Fonte: Adaptada de Samara (2002, p. 25).

Alguns livros ilustrados são projetados sem as grades. As imagens ou figuras são colocadas nas proporções das páginas, e as letras ou símbolos são ajustados sem uma medição formal. Isso também acontece com várias capas de livros, principalmente pela pouca quantidade de informação textual a ser inserida e em contrapartida, uma quantidade maior de elementos visuais que devem ser combinados. Outro estudo de grande importância, e que também está ligado a hierarquia visual, é a teoria das cores que será abordado a seguir.

### 3.3 TEORIA DAS CORES

A cor é um elemento que pode exercer grande atração sobre o leitor. Para o *designer* gráfico ela é um instrumento visual de grande valor e este deve estar atento aos efeitos conscientes ou inconscientes que podem ser causados nas pessoas, já que a percepção de cada um em relação à cor será de acordo com critérios bem específicos como gênero, idade, cultura ou preferências. Segundo Ambrose e Harris (2009),

Distintos grupos sociais têm associações e respostas diferentes às mesmas cores. Ao tentar suscitar respostas específicas com uma obra, o *designer* precisa levar em consideração o fato de que as reações emocionais e as associações instantâneas provavelmente irão variar. (AMBROSE; HARRIS, 2009, p. 106)

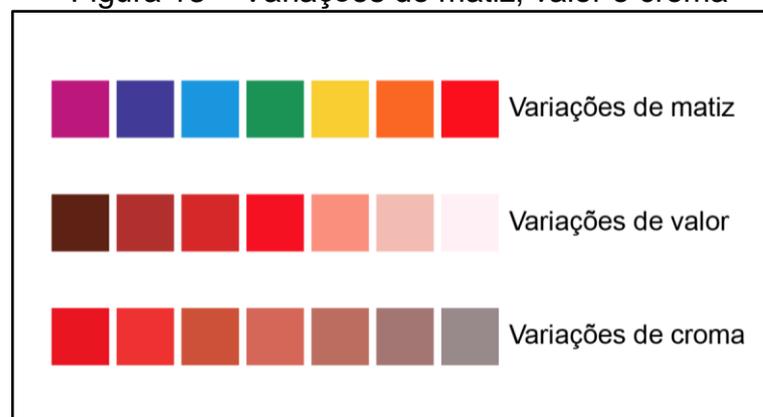
A cor pode ser entendida como um código e transmitir informações, ou ajudar a estabelecer uma identidade de produtos ou empresas, uma editora, por exemplo, pode utilizar esse princípio para criar seu estilo editorial.

Vários conceitos e linhas de pensamento defendem seu entendimento, sobre o que é a cor e ainda hoje muitos estudos discutem uma definição, que é muito influenciada pela área de aplicação dos pesquisadores. Guimarães (2004, p. 12) sintetiza diversas opiniões ao entender a cor como “[...] uma informação visual, causada por um estímulo físico, percebida pelos olhos e decodificada pelo cérebro.” O autor também compartilha da ideia de que as reações emocionais podem influenciar na decodificação das cores, e afirma que essas são percebidas dentro do contexto onde estão apresentadas.

Collaro (2007) esclarece que a cor é formada por ondas eletromagnéticas transmitidas pelo espaço que, ao serem captadas pelos olhos e transmitidas pelos nervos ópticos, causam certas impressões no cérebro, gerando sensações e reações e só são percebidas quando há luz no ambiente.

Há três parâmetros para a definição da cor, que segundo Guimarães (2004), recebem nomenclaturas diversas de acordo com seus autores, mas que são praticamente os mesmos. O autor adota a denominação usada por Albert Munsell, matiz, valor e croma. O matiz é a cor em si, em seu estado puro; o valor, brilho ou luminosidade é a gradação do claro ao escuro, se refere à quantidade de luz que a cor recebeu; e o croma, saturação ou luminosidade, representa a pureza ou intensidade da cor, do matiz ao cinza. Na Figura 13 pode-se compreender melhor as dimensões que podem ser agregadas as cores.

Figura 13 – Variações do matiz, valor e croma



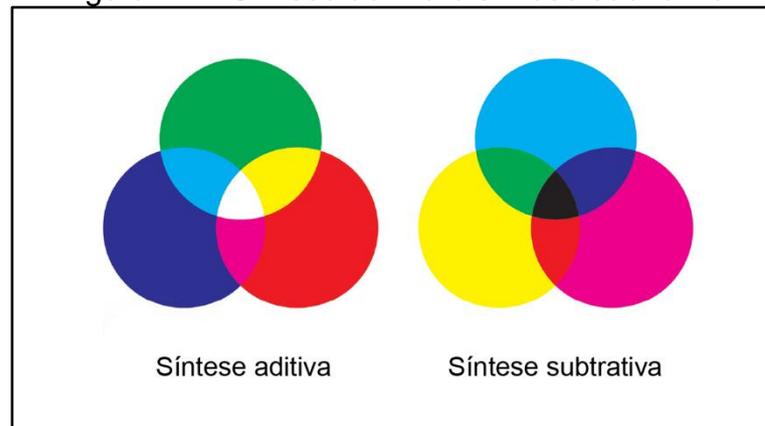
Fonte: Adaptada de Guimarães (2004, p. 13).

Existem as cores primárias, cores secundárias e cores terciárias. Ambrose e Harris (2009) explicam que as cores primárias não podem ser decompostas e criam todas as outras cores. Elas se dividem em dois tipos, cores primárias aditivas ou cores luz, e cores primárias subtrativas ou as cores pigmento.

A síntese aditiva diz respeito à adição de luz, para obtenção de cores. Frota (2018) expõe que nesta síntese há ausência total da luz, caracterizada pelo preto; a luminosidade vai sendo adicionada para criar outras cores luminosas que juntas formam uma luz branca. De acordo com Collaro (2007), Isaac Newton foi o responsável pela teoria das cores, ao verificar que a luz branca quando incidida sobre um prisma se divide em aproximadamente trinta cores, predominando o vermelho, o verde e o azul, as cores primárias luz. Os nomes dessas cores em inglês geraram uma escala de cores utilizadas pelos produtores gráficos, o RGB, sendo *Red.* (vermelho), *Green* (verde) e *Blue* (azul). Essa escala é usada para arquivos e imagens da mídia digital, na televisão, no cinema e fotografia, por exemplo. As cores emitidas pela escala RGB somadas a cor branca.

A síntese subtrativa usa pigmentos para bloquear a luz branca. Frota (2009) afirma que uma superfície branca é capaz de refletir 100% dos raios luminosos, quando se aplica um pigmento sobre esta superfície, ele subtrai luminosidade até conseguir um índice máximo de absorção, gerando uma cor escura, que é reforçada pela indústria gráfica para ficar completamente preta. As cores primárias pigmento são ciano, magenta e amarelo formando o sistema CMYK. A produção gráfica utilizada para impressões também é utilizada pela indústria química, indústria têxtil, e artes plásticas, entre outros. Tanto na síntese aditivada quanto na síntese subtrativa as cores se comportarão diferentemente, de acordo com a intensidade da luz e a das características do suporte, impresso ou digital. A Figura 14 traz as representações das duas sínteses.

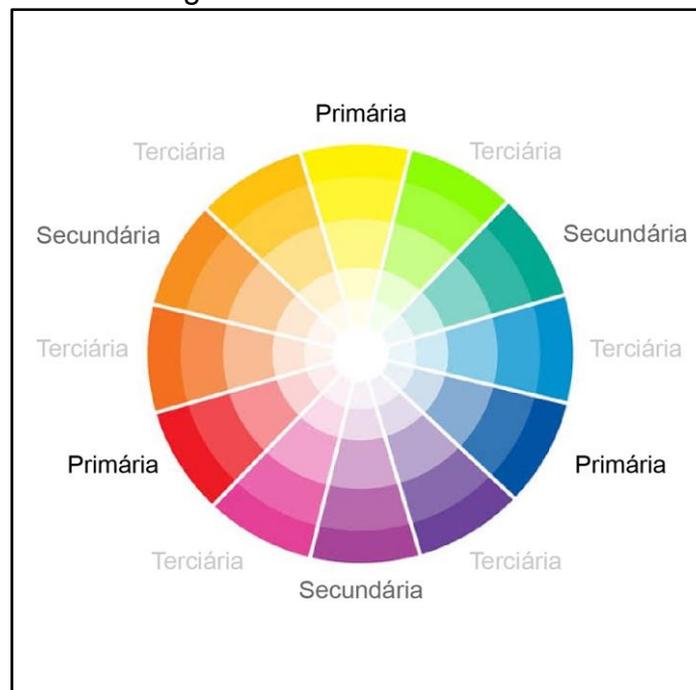
Figura 14 – Síntese aditiva e síntese subtrativa



Fonte: Adaptada de Ambrose e Harris (2009, p. 18).

Ambrose e Harris (2009) esclarecem que as cores secundárias são formadas pela combinação de quaisquer duas cores primárias na mesma proporção, já as cores terciárias são produzidas pela mistura de uma cor primária e uma cor secundária. Os autores também conceituam o círculo cromático, que é uma representação das cores do espectro visível. A Figura 15 apresenta a disposição das cores no círculo, as cores primárias, secundárias e terciárias estão sinalizadas.

Figura 15 – Círculo cromático



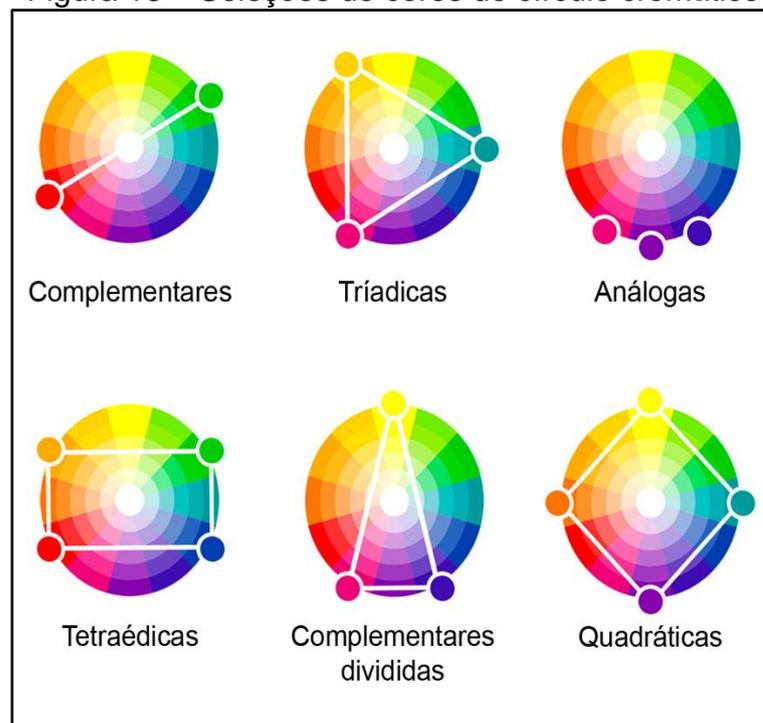
Fonte: Adaptada de Ambrose e Harris (2009, p. 19).

Através do círculo cromático, podemos entender as relações entre as cores determinadas conforme:

a) Cores complementares: são cores diretamente opostas e uma delas sempre

- é escolhida como dominante;
- b) Cores análogas: são três cores que estão lado a lado em qualquer parte do círculo;
  - c) Cores complementares divididas: usa duas cores adjacentes à uma complementar de auto grau de contraste;
  - d) Cores tríadicas: quaisquer três cores equidistantes do círculo;
  - e) Cores tetraédricas: dois pares de cores complementares, com muitas possibilidades de variações, mas difícil de harmonizar;
  - f) Cores quadráticas: esquema com maior número de combinações, 4 cores espaçadas igualmente na forma de quadrado.
- A Figura 16 ilustra as relações das cores no círculo cromático.

Figura 16 – Seleções de cores do círculo cromático



Fonte: Adaptado de Ambrose e Harris (2009, p. 20).

Collaro (2007) apresenta outros aspectos sobre as cores que são usados em diversas áreas, como a temperatura das cores. Cores amareladas ou magenta, sugerem calor, luz e fogo, e são chamadas de cores quentes, enquanto cores que transmitem sensação de conforto, sendo associadas ao frio e à água como verde e ciano são consideradas cores frias. Ainda existem as cores neutras que não são influenciadas nem influenciam nenhuma outra cor e são consideradas com pouca energia e as cores especiais, como as cores fluorescentes (que se usadas em excesso

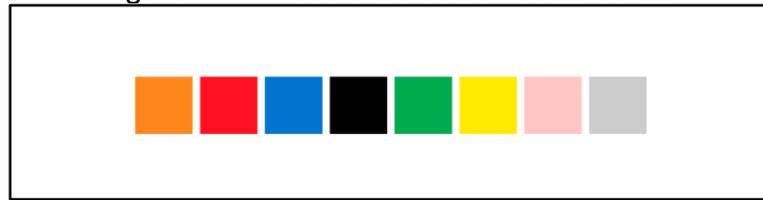
podem cansar a visão) e as cores metálicas.

Esse entendimento de cores quentes e frias representam as generalizações comuns lançadas pela psicologia das cores. Apesar do significado de cada cor ser variável por questões pessoais e culturais, um perfil emocional da cor pode ser traçado como demonstram Frota (2018) e Ambrose e Harris (2009) ao detalhar o significado de algumas cores a seguir:

- a) Branco: sensação de paz, relacionada ao puro, inocente, clínico;
- b) Vermelho: sensações de alegria, força e vitalidade. Aumenta visualmente os objetos, também pode ser considerada uma cor animada, agressiva, dinâmica e sedutora;
- c) Laranja: representa imaginação, aventura e jovialidade, se usado em excesso pode provocar a impressão de ausência de seriedade, é também divertida e intensa, lembra força, calor, fortuna, outono e pôr do sol;
- d) Verde: é uma cor calma, associada à estabilidade. Se mais amarelada lembra força, se mais azulado remete seriedade. O verde é comumente associado à adolescência, a bem-estar, paz, natureza, primavera;
- e) Amarelo: uma cor motivadora, lembra ciúme, conforto, egoísmo, espontaneidade, flores, iluminação, inveja, sol, verão, covarde e enganoso;
- f) Azul: cor estável e sóbria, considerada profunda, calmante, mística, espiritual, lembra céu, confiança, divindade, espaço, fidelidade, frio, gelo, infinito, intelectualidade, inteligência, limpeza, mar, pureza, serenidade;
- g) Rosa: uma cor feminina, lembra doces, flores, fraqueza, inocência, lingerie, saúde, suavidade, romance, suave;
- h) Roxo: pode ser considerada fúnebre e elegante, lembra feitiçaria, egoísmo, espiritualidade, fantasia, feminilidade, floral, hematoma, igreja, justiça, mistério, misticismo, noite, sensualidade;
- i) Preto: cor ligada à seriedade, ao mágico, ao dramático, sinistro, luto, noite, tristeza, solidão e fim.

Na visão de Collaro (2007) existem algumas cores que, de modo geral, são mais atraentes que outras. O autor criou uma escala de atratividade das cores, que determina a cor laranja como a mais atraente, e a cinza menos atraente. Na Figura 17 são apresentadas as cores presentes nessa escala.

Figura 17 – Escala de atratividade da cor



Fonte: Collaro (2007, p. 28).

Associando a escala de atratividade Dondis (1997) afirma que, a preferência do público infantil são as cores saturadas, pois se tratam de cores simples e quase primitivas, que demonstram expressão e emoção quando apresentadas em objetos ou elementos visuais. Por isso, até os bebês se sentem atraídos por objetos que apresentam cores vibrantes, como o vermelho, por exemplo. Não é atoa que muitos brinquedos possuem cores vivas. Essas cores são usadas intencionalmente para atrair o foco da criança. Além do mais, algumas cores funcionam melhor em primeiro plano, como o vermelho e o amarelo, por chamarem mais atenção e, logo em seguida, o verde e o azul, em segundo plano.

Para Faust (1995) a ilustração e associação da cor ocupam papel importante no ensino-aprendizagem da leitura. A cor é de grande importância nos livros para crianças, o colorido dos livros dá à criança o prazer do jogo visual, desperta a curiosidade. Segundo Coelho (1997), na literatura infantil as cores devem ser bem vivas e contrastantes, pois, dessa forma, reforçam a alegria ou o bom humor sugerido pelo desenho. Outro ponto chave para se trabalhar nas capas unida com as cores são as letras, para chamar a atenção do público infantil. O tópico a seguir explicará detalhadamente esse assunto.

### 3.4 CRIAÇÃO DE LETRAS

O universo da criação de letras pode ser segmentado em três categorias, sendo elas tipografia, caligrafia e *lettering*. Apesar de substancialmente diferentes esses termos costumam ser confundidos. Calígrafos e *letterers* criam artes customizadas, o primeiro escrevendo palavras e o segundo às desenhando, enquanto tipógrafos criam sistemas de letras que podem ser utilizados inúmeras vezes (HISCHE, 2015). Tipografias, fontes ou *typefaces*, consistem em um sistema composto por um alfabeto completo onde todas as letras se combinam em todas as possibilidades para formar

textos. Esses sistemas podem ser aplicados em inúmeros projetos com diferentes *designs* (FLOR, 2017).

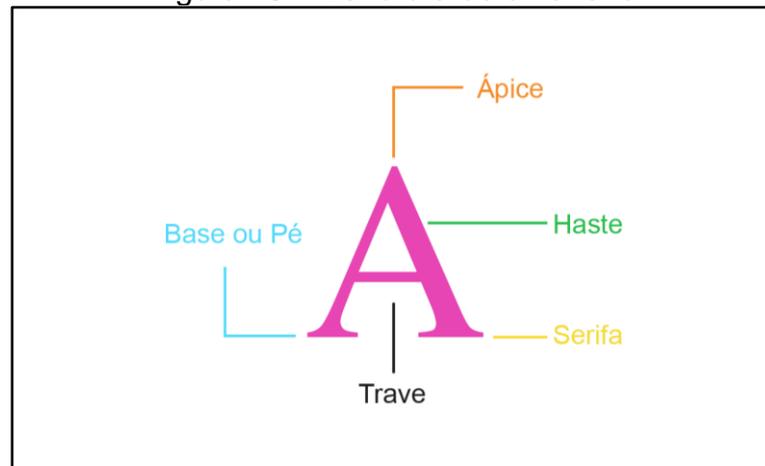
**Caligrafia** se refere ao domínio da arte da escrita por meio da habilidade de manuseio de diferentes ferramentas. É a decorrência do movimento da mão em um determinado tempo e espaço, sendo cada resultado único. Já o termo *lettering* se refere a uma expressão tipográfica única, customizada para uma aplicação específica, combinando formas e elementos gráficos para transmitir uma certa mensagem ou ideia (FLOR, 2017). Hische (2015) defende que para aperfeiçoar os trabalhos em *lettering*, assim como os de *design* gráfico, é importante conhecer os princípios de tipografia e caligrafia. Para ela, artistas de *lettering* podem quebrar as regras quando quiserem, mas para isso precisam conhecê-las antes para saber como quebrá-las.

Ao se tratar especificamente da tipografia como elemento essencial do *design* gráfico, encontra-se um problema relativo ao vocabulário. O termo, em sua origem, equivalia à impressão. Johannes Gutenberg (século XV) desenvolveu um sistema através do qual caracteres em metal – armazenados em caixas de madeira com vários compartimentos – eram montados manualmente em blocos de texto. A tinta era, então, espalhada na superfície das letras para ser transferida para o papel com o auxílio de uma prensa. Várias palavras cujos significados remontam à impressão por tipos móveis são usadas contemporaneamente, ainda que a tecnologia empregada, os modos de criação e produção tenham se modificado de forma radical.

Conforme explica Gruszynski (2008) a **tipografia** é um conjunto de signos de função notacional, cujo significante não é a palavra, mas o desenho das letras do alfabeto. Na tipografia um caractere (dígito numérico, letra do alfabeto ou símbolo especial) pertence a um sistema de codificação, esses caracteres podem se apresentar em caixa alta ou caixa baixa, que são respectivamente as letras maiúsculas ou minúsculas, ainda há os versaletes, letras com o desenho das maiúsculas, mas com a altura das minúsculas.

O termo corpo faz referência à altura do caractere, que também é chamado de tipo. Uma fonte é um conjunto completo de caracteres que seguem um estilo e classe, um padrão de desenho, aplicados às letras, números e sinais. Uma família reúne um conjunto de fontes tipográficas que possuem as mesmas características. Existem famílias não-serifadas e as com serifa, um traço localizado nas extremidades das hastes de um caractere. Na Figura 18 pode-se entender melhor a estrutura de um caractere.

Figura 18 – Estrutura de uma letra



Fonte: adaptada de Collaro (2007, p. 9).

Para Collaro (2007), entender a estrutura do caractere ajudará nas escolhas tipográficas, evitando erros mais comuns. O autor também apresenta as classificações por série que uma fonte pode apresentar:

- a) Inclinação: orientado a 90° do eixo horizontal, o grafema é chamado de redondo; os inclinados são conhecidos por itálico ou grifo;
- b) Largura: média quando é a primeira versão do desenho, largas ou expandidas e estreitas ou condensadas;
- c) Tonalidade: ligada à força da letra e à relação da espessura das hastes e seu espaço branco interno. A fonte normal é a média ou regular, com as hastes mais finas são conhecidas como *light* ou *extralight*.

Segundo Binns (1989), a condição mínima para um texto ser lido é de que este seja legível. A tipografia legível é grande e distinta o suficiente para que um leitor seja capaz de distinguir entre palavras ou letras. Na visão de Gruszynski (2008), aliar contraste, simplicidade e proporção à composição dos tipos no *layout*, garantirá legibilidade além de atentar para outros elementos determinantes:

- a) A existência ou não de serifa;
- b) O design da fonte;
- c) Composição caixa alta, caixa baixa ou caixa alta/caixa baixa;
- d) Espaço entre as letras;
- e) Espaço entre palavras;
- f) Espaço linhas;
- g) Largura da coluna ou extensão da linha;
- h) Alinhamento de parágrafos;

i) Relação elemento tipográfico e fundo.

Haslam (2007) pondera que as características do público alvo devem ser levadas em conta para a escolha dos tipos, e o *designer* ainda pode utilizar outros critérios como a nacionalidade do autor (usando tipos de mesma origem), a originalidade da criação de um tipo exclusivo ou algum tipo que combine com o tema do livro.

A história da caligrafia remonta à história do surgimento da comunicação não verbal, quando a humanidade começou a adotar o uso de pictogramas (*picto*= desenho; *grama* = gravar, gravação) para se comunicar. Os manuscritos - textos escritos à mão - possuem uma forma pessoal, possuem o “estilo próprio”, de quem escreve. As formas antigas e atuais desta arte, mostram que a grafia manuscrita possibilita infinitas variações pessoais e artísticas.

Segundo Mediavilla (2005) a caligrafia moderna varia de inscrições funcionais até criações utilitárias para magníficas obras de arte, onde a expressão abstrata pode tornar-se mais importante do que a legibilidade das letras.

Desde a criação da caligrafia artística ocidental, existem seis tipos principais de estilos. Esses estilos foram influências por questões históricas e geográficas e sofreram constantes mudanças ao longo do tempo, são eles:

- a) Caligrafia inglesa: derivada da caligrafia irlandesa que era ensinada por missionários católicos por volta do século 12. Ela possui características de uso de muitos ângulos e inclinações;
- b) Caligrafia comercial: mais usada nos dias de hoje e perdeu boa parte do seu aspecto artístico. Ela também sofreu diversas mudanças ao longo do tempo e continua se adaptando ao uso comum;
- c) Caligrafia comercial alemã: possui traços finos e elegantes e as letras minúsculas são escritas em formatos diferentes das maiúsculas;
- d) Caligrafia italiana: considerada uma variação bastarda da latina. Foi a caligrafia oficial da Itália entre os séculos 3 e 5, sendo hoje usada quase que exclusivamente em lápides e documentos oficiais;
- e) Caligrafia *coulée*: considerada uma versão modificada da italiana. Ela é bastante usada até hoje na França. A *coulée* possui as hastes mais alongadas e uma leve inclinação para o lado esquerdo;

- f) Caligrafia ronde: estilo francês, que é ensinado até hoje nas escolas de arte. A grafia das letras nesse estilo é reta e redonda, sem nenhuma inclinação para os lados.

Todos esses estilos são usados até os dias de hoje, mesmo que com modificações desde a época em que foram criados. Também é possível aprendê-los nos diversos cursos de caligrafia que são oferecidos atualmente.

Ao contrário da tipografia, que usa formas pré-fabricadas o **lettering** está cada vez mais conhecido como arte de desenhar letras combinando formas projetadas e desenhadas com um propósito específico. Muito utilizado em *posters* e capas de *cd's*, ele é mais expressivo, possui mais “sentimentos” que a caligrafia, por exemplo. Por meio de um *lettering* é possível passar sensações como medo, amor, rapidez, alegria e uma infinidade de possibilidades.

Capas de livros precisam expressar sensações, para conseguir pelo menos por uma fração de segundos chamar a atenção do público e expor um pequeno sentido da história que será lida. A técnica de *lettering* não se dá o uso de tipos padronizados, mas sim o desenvolvimento de caracteres personalizados de acordo com a necessidade de expressão da composição. Ele se faz presente quando, de alguma forma e em algum lugar, há uma combinação de fontes com cores, orientações e tamanhos diferentes ou numa mensagem através de uma combinação de letras. A Figura 19 apresenta alguns exemplos dessa arte.

Figura 19 - Exemplos de *Letterings*



Fonte: Blog Z<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Blog Z. Disponível em: <https://escolazon.com/blogz/a-arte-do-lettering/>. Acesso em: 23 set. 2019.

### 3.5 TEXTURA E PADRONAGEM

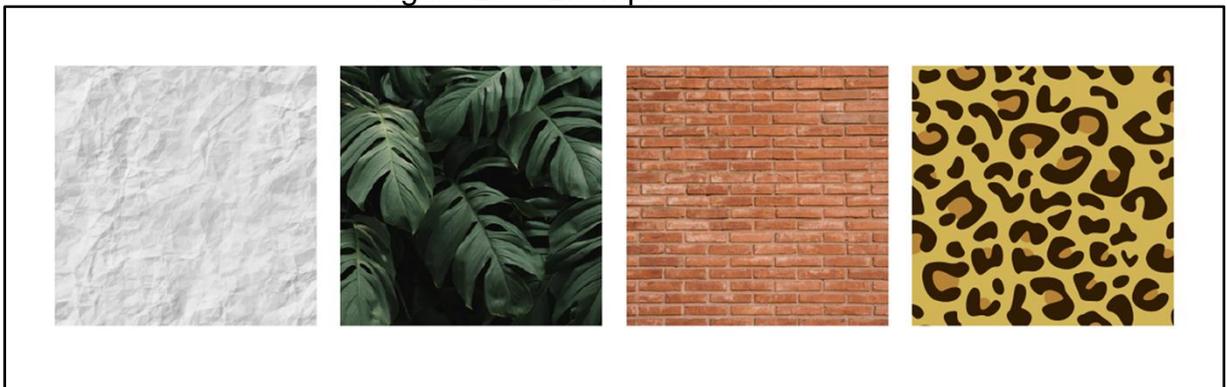
Quando se analisa capas de livros infantis, a textura é uma peça chave para atrair a atenção das crianças, pois o aspecto de uma superfície pode ser visto ou sentido. Como um elemento visual, Dondis (2007) explica que a textura geralmente age como o substituto do tato, entretanto, uma textura pode ser reconhecida e identificada tanto através do sentido tátil quanto do sentido ótico. Ao criar-se um *design* para uma capa de livro, seu revestimento pode receber uma textura palpável; uma representação ótica de uma textura ou ambas as formas. Para Lupton e Phillips (2008),

[...] a textura acrescenta detalhes a uma imagem proporcionando mais qualidade à superfície como um todo e recompensando o olhar daquele que a observa. [...] o *designer* usa texturas para estabelecer uma atmosfera, reforçar um ponto de vista ou expressar uma sensação de presença física. (LUPTON; PHILLIPS, 2008, p. 53)

Os autores também esclarecem que o *designer* pode ampliar as propriedades formais das texturas, apostando em contraste entre textura lisa/rugosa, macia/ áspera, seca/molhada entre outras.

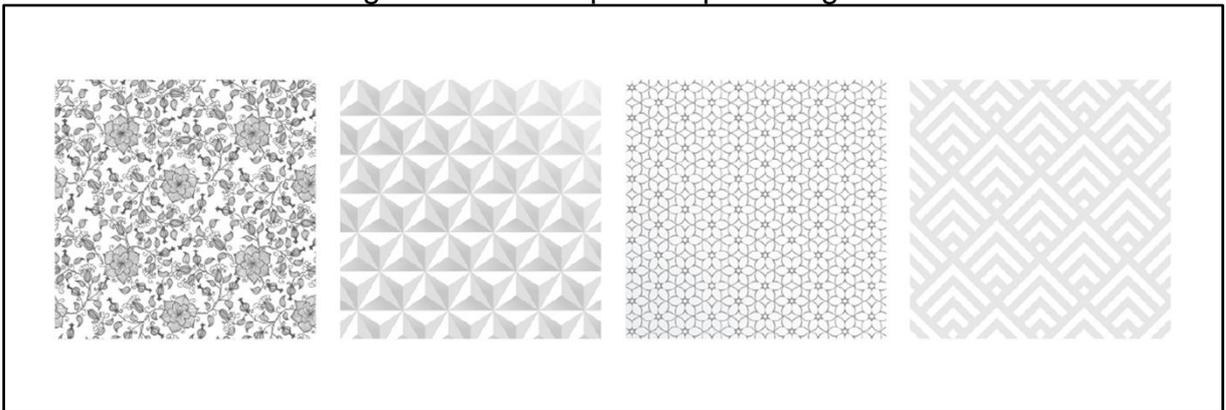
A padronagem é sempre resultado de uma repetição de elementos, que podem recorrer na imagem de forma contínua ou com áreas de concentração de diferentes intensidades. (LUPTON; PHILLIPS, 2008). Estes elementos, quando juntos, constituem uma unidade chamada de módulo, e é a partir da articulação desses módulos, seguindo o princípio da repetição, que será construído o padrão gráfico. Para melhor entendimento de texturas e padronagens a seguir alguns exemplos dessa aplicação nas Figuras 20 e 21.

Figura 20 – Exemplos de texturas



Fonte: adaptada de Freitas (2014).

Figura 21 – Exemplos de padronagens



Fonte: adaptada de Freitas (2014).

Uma textura não irá necessariamente ser repetitiva, porém, uma padronagem pode ser entendida como textura. Tanto a textura como a padronagem podem ser usadas em capas de livros como a imagem principal ou como plano de fundo, dependendo da criatividade do designer. Também podem ser combinadas com imagens e ilustrações, que será outro próximo assunto abordado para se ter uma boa capa.

### 3.6 IMAGENS E ILUSTRAÇÕES

Uma imagem nada mais é do que um desenho, pintura, gravura ou fotografia, que ilustra alguma coisa a fim de facilitar a sua compreensão (ANTUNES, 2007). A diferença entre imagem e ilustração, como explica Camargo (2006) é que a ilustração, por definição, é feita para acompanhar um texto, enquanto uma imagem é independente e diz algo por si só. Entretanto, é importante ressaltar que a ilustração não pode ser reduzida a uma simples tradução do texto, nem o significado da imagem pode ser reduzido à identificação do ser que está representando.

A ilustração é um artifício peculiar utilizado nos livros infantis para chamar atenção das crianças, além de também ser uma imagem que pode substituir um texto, ampliá-lo, adicionar a ele informações, ou também questioná-lo (FREITAS, 2006), levando-se em consideração que a leitura de imagens antecede à leitura de palavras, e muitas crianças têm contato com as histórias através das imagens. A formação de leitores se fortalece pelo acesso e leitura de diversos tipos de mídias, sejam textos ou ilustrações. Para leitores em fase de alfabetização, o texto deve ser curto, o vocabulário acessível e a ilustração, facilitadora da compreensão da história.

Ambrose e Harris (2005) esclarecem que em um projeto gráfico a imagem pode ser o foco principal ou ser usada como um elemento secundário. Exerce um papel fundamental na comunicação de uma mensagem, podendo estabelecer uma identificação visual do projeto. O uso de imagens é eficaz, pois elas comunicam rapidamente uma ideia ou instrução, fornecendo informações detalhadas ou transmitindo uma sensação de que o leitor pode compreender com facilidade. Segundo Ambrose e Harris (2012), vários aspectos determinam o uso das imagens, incluindo

[...] o impacto desejado e o estilo do projeto, o público-alvo, a função da imagem e a ousadia ou conservadorismo do projeto como um todo. Talvez essa seja a parte mais estimulante do design, uma vez que as imagens podem ter um grande impacto sobre o resultado e o sucesso de um projeto devido à reação emocional provocada no espectador. Contudo, se mal utilizadas, as imagens podem enfraquecer ou neutralizar a mensagem do texto. (AMBROSE; HARRIS, 2012, p. 127)

Camargo (2006) entende que a imagem pode desempenhar funções semelhantes às da palavra como descrever, simbolizar, narrar, brincar e persuadir o observador. Para o autor, o bom uso da imagem deve obedecer a alguns critérios:

- a) Legibilidade;
- b) Qualidade estética, evitando redundâncias quanto ao texto que acompanha ou quanto a própria imagem;
- c) Não ocorrerem disputas de espaço espacial e semântico com o texto a que se refere;
- d) Prever momentos de relaxamento para os olhos.

A melhor forma de se iniciar a explanação sobre o impacto das ilustrações no imaginário infantil é justamente apontar as funções que esse discurso desempenha, pois, além de ornar e elucidar o texto, as ilustrações apresentam as seguintes funções:

- a) Função representativa: imita a aparência da personagem a qual se refere;
- b) Função descritiva: trata-se do detalhamento da aparência da personagem;
- c) Função narrativa: ocorre quando a ilustração situa a personagem representada através de transformação (no estado do ser representado) ou ações (por ele realizadas);
- d) Função simbólica: é a capacidade de usar símbolos e representações mentais com significados, como por exemplo as bandeiras nacionais e imagens convencionais de coração com flecha;

- e) Função expressiva: quando há a revelação de sentimentos e valores do produtor da imagem ou quando ressalta as emoções e sentimentos da personagem representada;
- f) Função estética: enfatiza a forma da mensagem visual, ou seja, sua beleza;
- g) Função lúdica: orienta para o jogo, incluindo-se o humor como modalidade de jogo;
- h) Função conativa: quando orientada para o destinatário, com o objetivo de influenciar seu comportamento, através de procedimentos persuasivos ou normativos;
- i) Função metalinguística: o referente da imagem é a linguagem visual ou a ela diretamente relacionado, como citações de imagem, etc.;
- j) Função fática: a imagem enfatiza o papel de seu próprio suporte;
- k) Função de pontuação: orientada para o texto junto ao qual se insere, sinalizando seu início, seu fim ou suas partes, nele criando pausas ou destacando alguns de seus elementos.

Em capas de livros infantis a ilustração nem sempre acompanha um longo texto e sim o título do livro e outras frases de divulgação ou informação. Entretanto a imagem da capa da obra poderá ter mais elementos com referências à história retratada no livro do que ao seu título em si. Dependendo da proposta do livro a imagem pode ser única na capa, sem apresentar até mesmo seu próprio título. Além disso, em capas tipográficas a imagem pode servir de textura para os tipos ou como plano de fundo. Além da criação gráfica das capas para se obter um bom resultado é importante compreender a estrutura do livro que será estudada a seguir.

### 3.7 A ESTRUTURA DO LIVRO

Um dos historiadores dos livros mais famosos do mundo, o francês Roger Chartier, costuma dizer que os autores não escrevem livros, eles escrevem textos que se transformam em livros pelas mãos de especialistas, que são os editores. São esses profissionais que traduzem um simples arquivo de texto em material bonito, organizado e vendável.

O livro hoje possui uma estrutura padrão e é composto por vários elementos ou partes com denominações específicas. Segundo a Associação Brasileira de Normas

Técnicas (2006), a estrutura do livro é dividida em duas partes: externa e interna. Os elementos que compõem a parte externa são:

- a) Sobrecapa: cobertura solta, de papel ou outro material que protege a capa da obra. É um elemento opcional;
- b) Capa: revestimento externo do livro, confeccionada em papel ou outro material flexível ou rígido, a capa é um elemento obrigatório. É constituída de primeira, segunda, terceira e quarta capas. Na primeira capa deve conter o nome do autor, título, e o possível subtítulo obra, por extenso, juntamente com o nome da editora e/ou a logomarca. Na quarta capa ou contracapa deve constar o ISBN, código de barras, e opcionalmente o resumo da obra e o endereço da editora. A segunda e terceira capa s geralmente não trazem informações;
- c) Folhas de guarda: primeira e última folhas do livro coladas para arremate da encadernação prendendo o miolo à capa. É um elemento obrigatório;
- d) Lombada: lombo ou dorso, onde as dobras das folhas estão reunidas. Podem ser grampeadas, coladas ou costuradas. É um elemento obrigatório;
- e) Orelhas: extremidades da sobrecapa ou da capa do livro, dobradas para dentro. É um elemento opcional.

A parte interna é composta por elementos pré-textuais, textuais e pós-textuais. Cada conjunto de elementos da parte interna do livro possui itens específicos. Os elementos pré-textuais são:

- a) Falsa folha de rosto: antecede a folha de rosto, deve conter no anverso, o título principal por extenso do livro, e no verso, informações relativas à série que pertence a obra. É um elemento opcional;
- b) Folha de rosto: página de rosto, com informações essenciais para a identificação do livro. Deve conter no anverso, dados dos responsáveis pela publicação, título e subtítulo, edição, local, editora e ano. O verso deve conter os dados de direito autoral e de reprodução do livro, título original, dados de direito autoral e de reprodução do livro, título original, dados internacionais de catalogação na publicação (CIP) e outros créditos. É um elemento obrigatório;
- c) Errata: para indicar erros ocorridos, seguidas das devidas correções. É um elemento opcional;

- d) Dedicatória: texto homenageado ou dedicando o trabalho de alguém. É um elemento opcional;
- e) Agradecimento: texto dirigido àqueles que contribuíram para a elaboração/publicação da obra. É um elemento opcional;
- f) Epígrafe: citação de um texto de outro autor relacionado à obra. É um elemento opcional;
- g) Listas (na ordem de aparecimento): de ilustrações, tabelas, abreviaturas, siglas e símbolos. É um elemento opcional;
- h) Sumário: relação do conteúdo da obra, indicando as páginas correspondentes. É um elemento obrigatório.

Os elementos textuais são os conteúdos desenvolvidos pela obra, às vezes antecedidas por uma apresentação, justificativa ou esclarecimento, também chamado de prefácio. E por fim, os elementos pós-textuais apresentam cinco itens a seguir enumerado:

- a) Pós-fácio: texto informativo ou explicativo, posterior à conclusão da obra. É um elemento opcional;
- b) Glossário: lista em ordem alfabética de palavras ou expressões usadas no texto/obra. É um elemento opcional;
- c) Apêndice: documento elaborado pelo autor, a fim de complementar sua obra. É um elemento opcional;
- d) Anexo: documento não elaborado pelo autor para fundamentar ou comprovar seu argumento. É um elemento opcional;
- e) Colofão: indicação do nome do impressor, local e data da impressão da obra. É um elemento obrigatório.

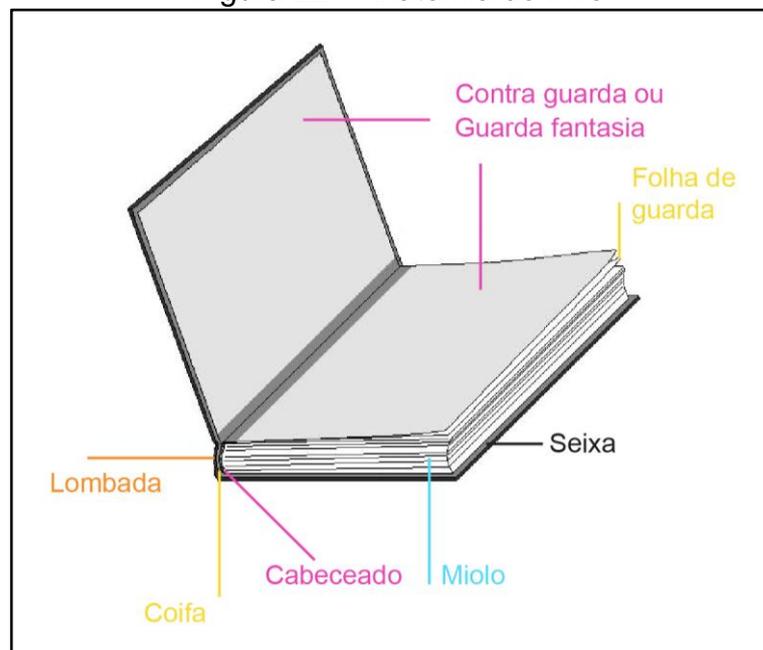
É interessante ressaltar que essa estrutura não é regra fixa. Nos livros infantis é bastante diversificada, se adaptando ao público. Outro assunto que pode tornar o livro único e diferenciado é estudar como funciona a encadernação e acabamento, que será assunto tratado no próximo tópico.

### 3.8 ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO

O acabamento em projetos editoriais é uma etapa essencial para facilitar a leitura e manuseio dos livros, além de deixar o produto mais atrativo aos consumidores. Nesse sentido, a encadernação é um processo que vem após a impressão em gráficas editoriais ou digitais. A encadernação tem o intuito de unir as páginas ordenadamente para garantir o fácil manuseio.

Para entender qual tipo de encadernação é a ideal, é necessário conhecer como os livros são divididos, sua anatomia. Assim, facilita a compreensão e garante a encadernação mais adequada. As divisões são compostas segundo a Figura 22 por:

Figura 22 - Anatomia do livro



Fonte: Adaptada de Reproset.<sup>2</sup>

- a) Lombada: tem como função manter as folhas de um livro sempre unidas. Podendo reuni-las de forma costurada, grampeada ou colada;
- b) Miolo: são todas as páginas internas de um livro;
- c) Seixa: é a distância que vai desde as folhas do livro, até à beirinha do cartão (tipo de capa de esforço);
- d) Coifa: É a curvatura nas extremidades da lombada de um livro. Fica entre a lombada e o miolo;

<sup>2</sup> Reproset. Disponível em: <https://reproset.com.br/encadernacao-qual-e-a-ideal-para-o-meu-material/>. Acesso em: 2 out. 2019.

- e) Guarda ou Folha de guarda: é a folha que se coloca antes das folhas ou da capa original do livro a encadernar;
- f) Contraguarda: material que cobre a segunda capa e a folha de guarda. Em alguns casos, a contraguarda é também a folha de guarda;
- g) Cabeceado: serve para proteção do miolo e fica nas extremidades da coifa.

Para a encadernação dos livros utiliza-se geralmente a brochura ou a cartonagem. A brochura, também conhecida como capa mole ou capa flexível, é composta por uma cartolina dobrada; a cartonagem ou capa dura é formada por um papelão de alta gramatura. A capa é unida ao miolo através de grampeamento, colagem ou costura. Alguns miolos e capas podem ser furados e unidos por um espiral, forma geralmente utilizada em trabalhos acadêmicos.

O papel é um material com estrutura porosa e espessura regular, constituído por uma trama de fibras entrelaçadas, quase sempre de natureza vegetal (BAER, 2002). Ao se determinar qual o tipo de papel que será usado no design do livro, deve se ter em mente de que forma esse papel será usado. O tipo de papel escolhido pode influenciar na intensidade da cor e na legibilidade do conteúdo do projeto. Collaro (2007) aponta que, quando se objetiva uma leitura clara, a opção será por papéis onde a luz reflita pouco; já os casos em que se espera um destaque das cores e das imagens, o papel mais brilhante se faz uma boa opção. Essas características são determinadas pelo revestimento que a superfície do papel recebe para torná-la mais uniforme ou menos áspera. Os tipos de papel mais utilizados em livros, geralmente em seu miolo, conforme Ambrose e Harris (2009) são:

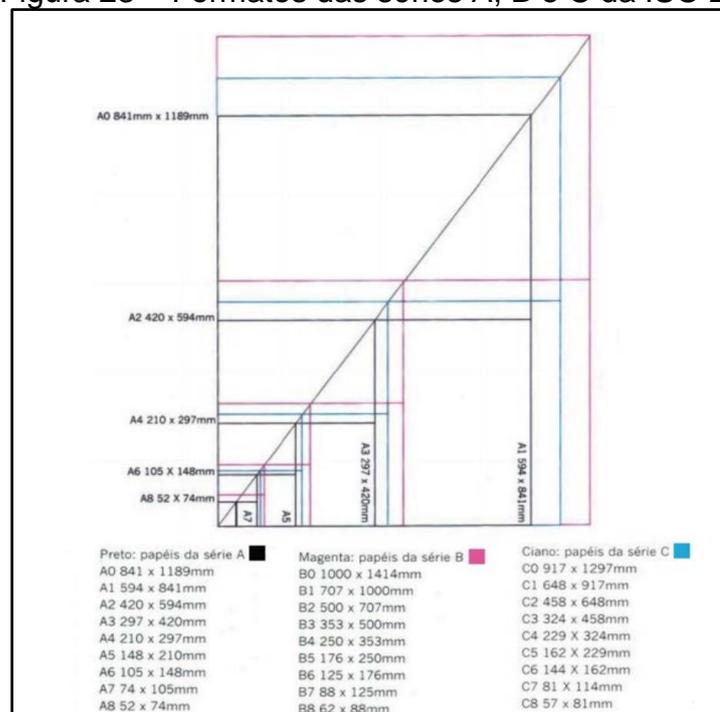
- a) *Offset*: papel de elevada resistência, é mais poroso pois não recebe o revestimento final. Imagens coloridas de alta qualidade são difíceis de serem reproduzidas;
- b) *Couché fosco*: papel revestido com uma superfície opaca;
- c) *Couché brilhante*: papel com superfície brilhante super. Branca e lisa;
- d) *Semichouché*: papel com quantidade de revestimento maior que o fosco, mas menor que o brilhante;
- e) *Couché de alto brilho*: papel denso com uma superfície intensamente brilhante apenas no anverso da folha.

Haslam (2007) determina algumas características importantes em relação ao papel: a gramatura, o formato, o sentido da fibra (em qual lado o papel assenta) e a cor, já que até mesmo a brancura das folhas pode diferenciar de um lote para o outro.

A gramatura é a espessura do papel definida pelo peso em gramas e, de acordo com o peso, classificam-se os tipos de papel: com até 150 g/m<sup>2</sup> são considerados papel; de 150 a 180 g/m<sup>2</sup> são considerados cartolina e a partir de 180 g/m<sup>2</sup> passam a ser chamados de cartão.

O formato do papel pode seguir a norma da *International Organization for Standardization 216* (ISO 216), usado no Brasil, ou outros formatos adotados em países como os Estados Unidos. No sistema ISO 216 os papéis foram divididos em formatos A, B e C, conforme a Figura 23 demonstra.

Figura 23 – Formatos das séries A, B e C da ISO 21



Fonte: Haslam (2007, p. 192).

Após a encadernação, o livro recebe o acabamento final. Nessa fase, a capa do livro pode ganhar várias características que o destaquem e o diferencie de edições mais simples. Haslam (2007) esclarece que algumas capas podem ser revestidas com couro (sintético ou animal) ou tecido cru. Para capas com revestimento em papel, pode-se usar os acabamentos a seguir:

- Relevo: reproduz um elemento mais alto que o restante da superfície da capa do livro;
- Estampagem com laminado: mesma ideia do relevo, porém com o adicional de folhas metálicas, como ouro, cobre, latão e platina que dão um brilho metálico ao elemento em relevo;

- c) Laminação: adiciona proteção à impressão podendo criar uma superfície brilhante, fosca ou sobreposição de outros materiais;
- d) Imagens lenticulares: imagem que cria a sensação de movimento conforme o olhar percorre a página;
- e) Imagens holográficas: aparentemente tridimensionais, ao percorrer a página com o olhar, a imagem parece girar, como se estivesse dando voltas em torno do objeto.

Principalmente essa fase final, pode deixar o livro diferenciado. Segundo Pantaleo (2004), os livros infantis ilustrados nos últimos tempos estão mudando quanto a narrativa, os aspectos verbais, os tipos de enredo, a forma de finalizar a narrativa, o arranjo espacial do texto, uso de palavras onomatopaicas etc. Isto sem lembrar que também passaram a integrar o mundo digital ampliando seu acesso pelas crianças que podem recorrer a um computador.

## 4 METODOLOGIA

Com o propósito de entender se o design das capas influencia a decisão de escolha do público infantil, o estudo será de abordagem qualitativa, uma vez que o interesse deste é conseguir identificar através dos dados obtidos, o que cada criança, individualmente, pensa na hora da escolha do livro, o que lhe chama mais atenção e se os pais de fato têm influência sobre suas escolhas.

De acordo com Oliveira (2007), a pesquisa qualitativa oferece essa perspectiva, uma vez que é

[...] um estudo detalhado de um determinado fato, objeto, grupo de pessoas ou ator social e fenômenos da realidade. Esse procedimento visa buscar informações fidedignas para explicar em profundidade o significado e as características de cada contexto em que se encontra o objeto de pesquisa. (OLIVEIRA, 2007, p. 60)

Os objetivos caracterizam a pesquisa como exploratória. Oliveira (2007) explica que essa classificação da pesquisa diz respeito à capacidade de propiciar uma visão geral do fato ou fenômeno estudado. A autora também esclarece que estudos exploratórios são realizados quando o tema escolhido é pouco explorado, se tornando a base para estudos mais aprofundados. Esta é uma das principais características deste estudo, uma abordagem sobre a influência direta e exclusiva de capas de livros sobre o leitor infantil.

Segundo Gil (2002), a pesquisa exploratória é flexível, por possibilitar a análise de variados aspectos sobre o fato estudado e gerar mais familiaridade com o mesmo. Diante disso, para compreender os processos e se atingir os objetivos, decidiu-se por aplicação em formato de questionário adaptado, com amostra de cinco capas de livros.

O primeiro procedimento de pesquisa foi a análise das capas de livros infantis, com base nas técnicas de design apresentadas no referencial bibliográfico, onde buscou-se analisar cada uma das capas e identificar as técnicas utilizadas.

Após foi aplicado o método de observação com crianças entre 5 anos até 8 anos de idade e seus responsáveis com o intuito de identificar a percepção das crianças sobre as capas. Este método precisou ser adaptado devido a realização da pesquisa durante a Pandemia da COVID-19. Com o isolamento social optou-se por enviar os livros higienizados as casas das crianças e a observação do comportamento das mesmas ocorreu via gravação feita pelos pais. Os responsáveis das crianças

receberam um kit com um manual de instruções para a aplicação da pesquisa, conforme Figura 24.

Figura 24 - Passos para realizar a pesquisa



**PASSOS PARA REALIZAR A PESQUISA**

**OLÁ,**

primeiramente eu gostaria de agradecer por dedicar um tempinho para realizar a pesquisa e por fazer parte de uma jornada tão importante para mim. O objetivo é **identificar quais capas de livros chamam mais atenção para as crianças**. E para que dê tudo certo preciso que siga os passos abaixo!

- 1 Sem a presença do seu filho(a), você irá organizar os **5 livros diferentes** que recebeu, em seu sofá, como se fosse uma prateleira em uma livraria, a ideia é a visualização da capa do livro, igual a imagem abaixo:
 

os livros precisam estar organizador conforme ordem de numeração no verso da capa (não será essa ordem necessariamente).
- 2 A **gravação da pesquisa** será o próximo passo, e precisa ser feita de maneira sutil (indico posicionar a câmera em algum local que gera uma boa visualização da criança e da sua interação com os livros).
- 3 Após a organização dos livros e a preparação para a gravação você deverá **conduzir seu filho(a)**. Abaixo segue um exemplo de como poderá ser:
  - *Filho(a) nós vamos fazer de conta que estamos em uma livraria e você pode escolher um destes livros para nós lermos hoje.*
  - *Qual livro você quer escolher?*
  - *Dar tempo para criança escolher, após peça:*
  - *E me explica, por que você escolheu esse?*
- 4 Após a aplicação da pesquisa, poderá finalizar a gravação (depois preciso que me envie) e partir para o **questionário**. Estará junto ao material entregue ou se preferir pode acessar o link enviado para o seu Whatsapp. E está prontinha!

Meu whats para enviar o video:

Fonte: criada pela autora.

Neste manual os pais são orientados a posicionar os livros na altura da cintura das crianças, na ordem estabelecida pela pesquisadora. Cada participante recebia uma ordem de disposição dos livros, isso para garantir que todas as capas passassem pelas diferentes posições. Os pais foram orientados a gravar a interação das crianças com os livros de forma mais discreta possível.

As capas apresentadas para as crianças são quatro da Editora Culturama, localizada em Caxias do Sul e apenas uma da Editora *Happy Books* localizada em Santa Catarina. Os critérios para as escolhas das capas foram, em primeiro lugar, os livros com capas mais diferentes entre si; em segundo lugar, os livros com capas que apresentavam algum dos elementos previamente apresentados no referencial teórico; e em terceiro lugar obras destinadas a faixa etária dos participantes da pesquisa.

O kit criado pela pesquisadora inclui os cinco livros, o passo a passo, a autorização para os pais para realização do estudo e o questionário para ser respondido após a aplicação da pesquisa. As perguntas do questionário são direcionada aos pais, iniciando com perguntas do que seus filhos(as) responderam no momento da pesquisa, que seriam mais relacionadas ao design e após direcionadas a eles(as), se concordam com a escolha do filho(a), questões de compras de livros mais voltadas para o comportamento do consumidor.

## 5 ANÁLISE

### 5.1 ANÁLISE DO DESIGN DAS OBRAS ESCOLHIDAS

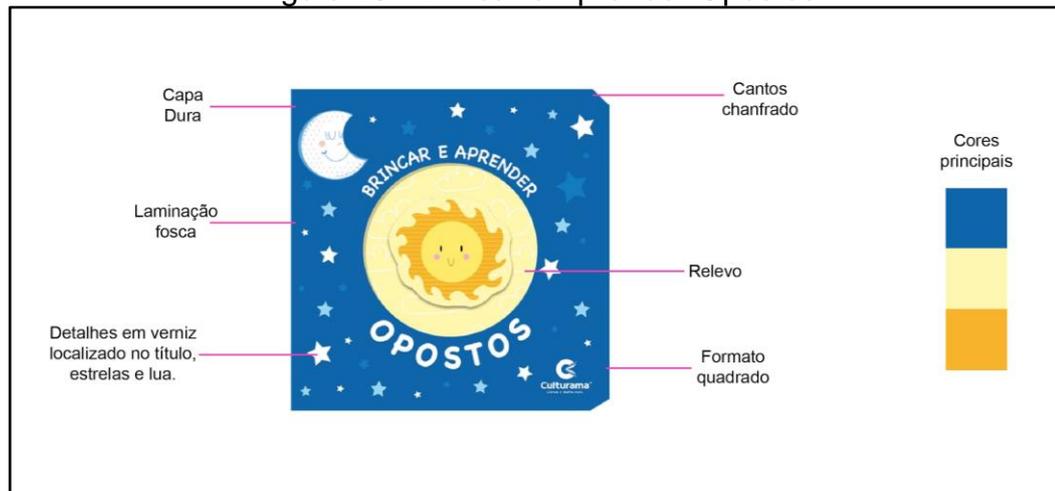
Cada capa tem aspectos diferentes, principalmente quando são analisadas segundo leis do design. As capas que fizeram parte da pesquisa são: Brincar e Aprender Opostos, Eu e Minha Mamãe Melhores Amigos, Animais e Objetos para Procurar e Encontrar na Fazenda, Contos Clássicos João e Maria e Histórias Fascinantes para Crianças.

A capa de **Brincar e Aprender Opostos** possui um formato quadrado com capa dura e título em tipografia legível, em caixa alta e claramente infantil, combina formas geométricas, como círculos e estrelas. Em primeiro momento o que chama mais atenção nesta capa é o relevo e o sol vibrante amarelo. Uma capa harmônica e quase toda simétrica. As cores em destaque desta capa são primárias, sendo elas o azul que representa uma cor calmante, sóbria e profunda e amarelo que representa uma cor motivadora, espontânea e alegre. Existe padronagem nos raios do sol, com listras horizontais e também pode-se entender como padronagem as estrelas ao redor do círculo. Diante das Leis de *Gestalt*, essa capa contém:

- a) Unidade e segregação: é possível analisar a capa como um todo e segregar seus elementos, como o sol, as estrelas e lua;
- b) Unificação: toda a capa é harmônica, coerente e tem equilíbrio visual;
- c) Continuidade: atribuída nas listras nos raios de sol.
- d) Proximidade e semelhança: nas estrelas e listras nos raios de sol;
- e) Pregnância: baixa nas estrelas e alta na troca do azul para o amarelo.

A Figura 25 mostra a capa do livro e outros aspectos relevantes.

Figura 25 - Brincar e Aprender Opostos



Fonte: adaptada de Culturama.

**Eu e Minha Mamãe Melhores Amigos** possui uma capa dura e quadrada, mas com toque macio e aveludado nos ursinhos é o que chama mais a atenção. Esta capa é a única de outra editora, e por essa razão é a mais diferente entre elas. A tipografia do título é legível e com contorno e cores diferentes, além de uma parte do título estar inclinada. As cores principais são o azul, como cor primária, que é calmante, sóbria e profunda, representando aqui o céu a noite, e em versão mais clara em parte do título e laranja como cor secundária na outra parte do título e que representa imaginação, criatividade e aventura. A figura 24 mostra mais detalhes desta capa.

Diante das Leis de *Gestalt* essa capa contém:

- a) Unidade e segregação: é possível analisar a capa como um todo e segregar seus elementos, como o título e a ilustração;
- b) Proximidade: somente na tipografia.

Nesta capa não foi possível observar muitas leis aplicadas, conforme a Figura 26, sendo uma capa de 2015, contém elementos "ultrapassados", como por exemplo, o contorno com diferentes espessuras e cores no título, mas apesar disso tem a textura macia em relevo. Será analisado na pesquisa o quanto a questão da textura pode influenciar as crianças.

Figura 26 – Eu e Minha Mamãe Melhores Amigos



Fonte: Adaptada de Happy Books.

**Animais e Objetos para Procurar e Encontrar na Fazenda** possui uma capa dura e com formato retrato, o que chama mais atenção nesta capa é a quantidade de ilustrações de animais, e o quão colorido são. O título é bem trabalhado composto por formas geométricas, tipografia legível e em arco, levemente serifada e com traços infantis, além de ter variação de cores. Se tratando de muitas cores, as que têm mais destaque são cores terciárias, o verde de fundo que é uma cor calma, associada à estabilidade, já que acima desta cor contém muitos detalhes e o laranja no título representando imaginação, criatividade e aventura.

Diante das Leis de *Gestalt* essa capa contém:

- Unidade e segregação: é possível analisar a capa como um todo e segregar seus elementos, como os animais, apesar de serem muitos;
- Unificação: a capa tem equilíbrio visual, as ilustrações fazem parte do seu contexto;
- Continuidade: atribuída no *frame* laranja e nos pontilhados ambos no título.
- Proximidade e semelhança: nas ilustrações;
- Fechamento: no círculo ao redor do título que se forma com os animais;
- Pregnância: alta no *frame* do título e nas ilustrações.

Na Figura 27 pode-se observar os detalhes desta capa.

Figura 27 - Animais e Objetos para Procurar e Encontrar na Fazenda



Fonte: adaptada de Culturama.

**Contos Clássicos João e Maria** é feito de papel cartão e possui formato retrato diferenciado com uma faca de corte que trás ondulações para esta capa e a deixa diferenciada. No título podemos encontrar *frame*, tipografia legível e arredondada com detalhes e sombra. As cores que ressaltam essa capa são o marrom que é uma cor terciária e está associada à natureza, o que tem muito significado com a história, e o amarelo que é uma cor primária que representa uma cor motivadora, espontânea e alegre.

Diante das Leis de *Gestalt* essa capa contém:

- Unidade e segregação: é possível analisar a capa como um todo e segregar seus elementos, como os confetes, título e as ilustrações;
- Unificação: a capa tem simetria e harmonia como um todo;
- Continuidade: nos confetes coloridos, no padrão formando quadrados com cantos arredondados ao fundo, nas ondas entre o marrom e amarelo e na própria faca de corte do livro ao redor;
- Proximidade: nos confetes e padrões do fundo;
- Pregnância: alta na troca de cores do marrom para o amarelo.

A Figura 28 mostra mais detalhes desta capa.

Figura 28 - Contos Clássicos João e Maria



Fonte: adaptada de Culturama.

**Histórias Fascinantes para Crianças** possui capa dura, com formato retrato apesar de não ter muita altura. Constituída por muitos padrões e detalhes em seu título, como listras, bolinhas, ilustrações e tudo isso combinadas com várias cores. O fundo traz a cor verde nesse tom é secundária e é uma cor calmante e que lembra natureza. O título é composto por tipografia legível e bem trabalhada, nesta parte existe uma mistura de cores, o vermelho que traz sensações de alegria, força e vitalidade, o amarelo que representa uma cor motivadora, espontânea e alegre e o azul, que é uma cor calmante, sóbria e profunda, todas elas são primárias.

Diante das Leis de *Gestalt* essa capa contém:

- Unidade e segregação: é possível analisar a capa como um todo e segregar seus elementos, como as ilustrações e o título;
- Unificação: a capa é simetria e harmonia;
- Continuidade: existe continuidade no formato da tipografia e no padrão de desenhos envolta da capa;
- Proximidade e semelhança: na tipografia e na ilustração;
- Pregnância: alta entre a cor de fundo e os elementos;

A Figura 29 mostra a capa do livro e seus outros detalhes observados.

Figura 29 - Histórias Fascinantes para Crianças



Fonte: adaptada de Culturama.

Observando a análise das capas pode-se perceber que os livros da editora Cultura têm bastante cuidado com a criação de suas capas, pois várias leis de *Gestalt* se aplicam em todas elas, cores e tipografias são bem trabalhadas também, de uma forma diferenciada. Sobre a capa da Editora *Happy Books*, não foram encontradas muitas associações com relação às técnicas de design, visualmente para profissionais da área o livro pode deixar a desejar.

## 5.2 RESULTADO DA OBSERVAÇÃO DAS CRIANÇAS

O estudo foi realizado com um total de 25 crianças e a observação dos vídeos revelou vários aspectos importantes que determinam a escolha do livro para cada um deles, dentre os cinco livros. Após a análise dos resultados, foi possível verificar questões comuns entre as crianças.

Na maioria dos casos as crianças não hesitam em escolher o livro, são objetivas e escolhem a capa que mais chama a atenção, das 25 apenas quatro crianças ficaram indecisas na hora da escolha, trocaram de livro ou escolheram mais de um. No geral também observaram os livros pela capa, sem olhar seu interior, somente quatro crianças abriram o livro escolhido para folhear, mas nenhuma das crianças folheou todos os livros antes da escolha.

Na observação as crianças se mostraram independentes na escolha, nenhuma delas pediu a opinião dos pais, ou o que eles acharam após escolherem o livro desejado. Com relação a interação dos pais, nenhum deles também interferiu na escolha do filho(a), sugeriu ou solicitou a troca por outro livro. Notou-se que algumas

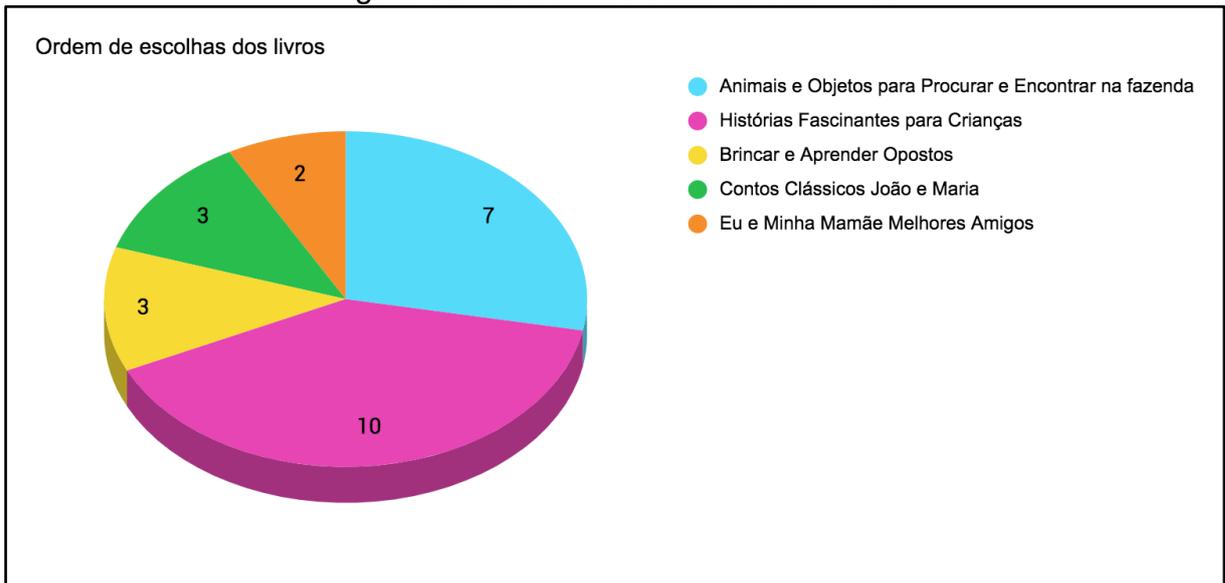
das crianças ficaram mais tímidas por estarem sendo gravadas, o que pode ter resultado em respostas mais curtas e objetivas.

Algumas atitudes das crianças foram observadas e se destacaram por ocorrer com frequência, foram:

- a) as crianças observaram as capas antes da escolha, com contato visual e também gesticulavam (apontavam as capas);
- b) algumas faziam a leitura do título de cada obra, em voz alta;  
as ilustrações e desenhos foram o fator mais decisivo para a escolha;
- c) a relação dos livros por coisas que já gostam e/ou conhecem teve papel fundamental para a escolha;
- d) a grande maioria só tocou no livro escolhido, das 25 crianças somente dois tiveram contato com mais de um livro;
- e) somente cinco crianças tiveram um pequeno contato com o livro escolhido, só tocando para apontar a escolha sem pegar nenhum na mão enquanto as outras já pegavam o livro na mão;
- f) somente uma das crianças escolheu um livro, e depois mudou de ideia e trocou;
- g) duas crianças quiseram escolher dois livros no momento do vídeo, após os pais responderam o questionário assinalando uma só alternativa;
- h) várias das crianças também citaram sobre o livro escolhido achá-lo legal e divertido, termos mais infantis.

Quanto aos resultados de escolha do livro, a Figura 30 mostra que o livro mais escolhido foi o Histórias Fascinantes para Crianças, e o menos escolhido foi o Eu e Minha Mamãe Melhores amigos.

Figura 30 - Ordem de escolha dos livros



Fonte: criada pela autora.

Entre as características gráficas que puderam ser observadas o que mais chamou a atenção das crianças para a escolha do livro foi em primeiro lugar desenhos e ilustrações, citado por 21 crianças, seguido de cores e do título conforme na Tabela 1. O que ficou em menos relevância para a escolha e que não foi indicado por nenhuma criança foi a textura.

Tabela 1 - Aspectos da capa que mais chamaram a atenção

Aspectos da capa que mais chamaram a atenção	Quantidade de vezes escolhida
Desenhos e ilustrações	21
Cores	7
Título	4
Tamanho	2
Formato	1

Fonte: elaborada pela autora com base nas respostas do questionário.

Segundo a análise dos livros com relação às técnicas do design, pode-se perceber que o livro mais escolhido está de acordo com várias leis visuais, e principalmente relacionada com a visão de Collaro (2007), que criou uma escala de atratividade da cor, onde percebe-se que todas as cores da capa do livro Histórias

Fascinantes Para Crianças estão nessa escala, um aspecto que justifica a atração das crianças. Outro ponto nesta capa que chama a atenção é o grande cuidado com todos os detalhes, pois tem uma grande quantidade de elementos e cores e ainda assim é uma capa harmônica. Foi também possível identificar que algumas crianças escolheram essa capa por relacionar o livro a história da Chapéuzinho Vermelho e também por identificarem pela capa que o livro tem várias histórias.

O outro livro mais escolhido pelas crianças foi Animais e Objetos para Procurar e Encontrar na Fazenda, o que também pode-se observar que é uma capa muito atrativa pelas inúmeras ilustrações de animais, e foi isso que mais chamou a atenção desta capa, alguns aspectos que podem ter essa relação são:

- a) reconhecimento dos animais;
- b) uma das crianças, escolheu o livro porque tinha gato, o que pode-se entender que ela já tem esse animalzinho de estimação;
- c) outra criança entendeu pela capa que o livro trata-se de encontrar os animais;
- d) e duas crianças disseram escolher o livro porque gostam dos animais.

A escolha desta capa também pode estar relacionada com Richers (1984) que afirma que a personalidade de um indivíduo é composta de uma multiplicidade de componentes que incluem valores, atitudes, crenças, motivos, intenções, preferências, opiniões interesses, preconceitos e normas culturais. Logo o reconhecimento de elementos da capa que já se encaixam com suas preferências e interesses, faz com que estas capas ganhem destaque.

O livro menos escolhido foi o único de outra editora, Eu e Minha Mamãe Melhores Amigos, visualmente era o livro mais diferente entre os cinco. Em termos de design está desatualizado, mas o que pode justificar é a questão de que foi publicado no ano de 2015, ainda assim alguns aspectos, como bordas e sombras irregulares, para o ano da publicação não estariam adequados. Outro fator interessante é que a capa tem textura aveludada na ilustração, o que não chamou atenção para nenhuma das crianças quando questionadas e que é um fator a se rever já que é uma das alternativas mais usadas hoje em dia em livros infantis para atraí-las. Dentre as 25 crianças, apenas duas escolheram a capa e o motivo pela escolha foi os ursinhos, então pode-se entender que a atração foi exclusivamente pela ilustração e por já gostarem de ursos.

Dentre outros aspectos relacionados a todos os livros o que também pode-se perceber são:

- a) Das três crianças que escolheram Contos Clássicos João e Maria, duas delas escolheram por gostarem de doces e por ter visto os doces também na capa;
- b) Todas as crianças que escolheram o livro Brincar e Aprender Opostos, justificaram a escolha pelas ilustrações do sol, da lua e das estrelas;
- c) Das três que escolheram Brincar e Aprender Opostos, duas delas mexeram na parte em relevo, apertaram ou tentaram abrir por ali.

Após a análise, quando o assunto é livros, o que é possível perceber é que as crianças são atraídas por livros que tem alguma coisa familiar com seus gostos ou que já conhecem. A maioria delas não hesitou em justificar o livro desejado com alguns aspectos que ela já goste muito, como por exemplo, desenho da chapeuzinho vermelho, animais, sol e doces. Sobre esses aspectos visuais, a atração pela ilustração é o grande foco, é onde prende o primeiro olhar, e depois se aquela ilustração é ou não familiar, para assim decidir o que escolher.

### 5.3 ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO APLICADO AOS PAIS

O questionário foi aplicado aos pais, com perguntas das quais observamos nas gravações e também com outros questionamentos voltados a eles, para entender sua relação no processo de decisão e compra quando se trata de livros infantis.

Quando foi questionado se os pais fariam a mesma escolha de seus filhos 17 deles responderam que sim, escolheriam o mesmo livro que seu filho, e o livro mais escolhido pelos pais também foi Histórias Fascinantes para Crianças, e o motivo principal foi por ter várias histórias para leitura ao invés de somente uma.

Dentre os motivos para justificar suas escolhas os pais pontuaram que:

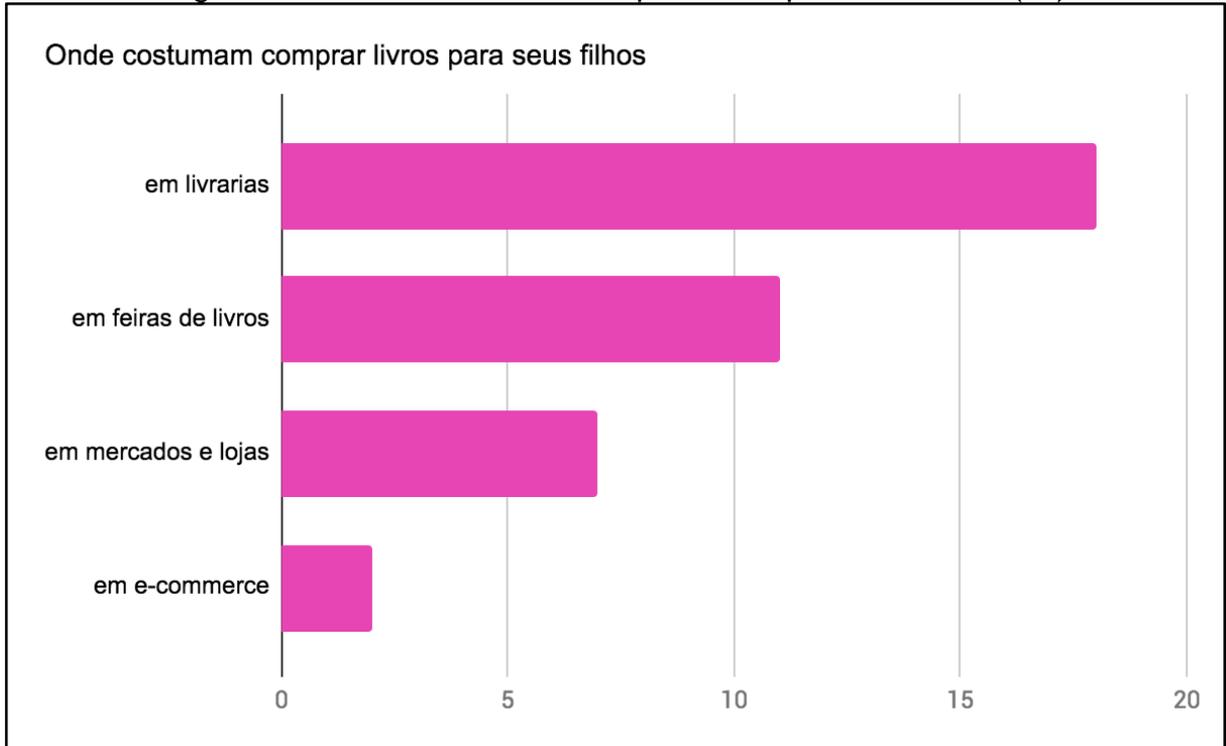
- a) alguns livros lembraram sua infância;
- b) algumas crianças estão na fase da alfabetização e por enquanto só conseguem ler livros em caixa alta;
- c) acharam o livro mais adequado para a idade do seu filho;
- d) alguns citam também as cores, ilustrações e tipografia da capa;

Quando o assunto foi se costumam comprar livros para seus filhos(as), 19 deles disseram comprar algumas vezes ao ano, cinco disseram comprar uma ou mais vezes por mês e apenas um disse que não costuma compra.

Outro questionamento foi onde costumam comprar os livros, 20 deles disseram que em livrarias, outros 13 afirmaram comprar em feiras de livros e sete em mercados

e lojas (Fig. 31). Uma outra alternativa era e-commerce que teve apenas dois votos, o que pode-se entender que talvez para este ramo infantil não seja uma boa alternativa, seguindo o exemplo da própria pesquisa, a maioria das crianças tocaram o livro escolhido, elas estão em desenvolvimento do seu sistema sensorial, o que é de grande valia ver o livro e tocá-lo.

Figura 31 - Onde costumam comprar livros para seus filhos(as)



Fonte: criada pela autora.

Outro fator de questionamento e que ficou bem dividido entre as respostas foi a questão se o filho(a) costuma estar junto na hora da compra, a Figura 32, ilustra os resultados que sete pais afirmaram que sim sempre compram com os filhos, oito pais afirmaram que na maioria das vezes ele(a) está junto, outros sete afirmaram que às vezes ele(a) está junto, as vezes não e somente três afirmou que normalmente realiza a compra sem ele(a).

Figura 32 - Presença do filho(a) quando realiza a compra de livros para ele(a)



Fonte: criada pela autora.

Por fim, o que foi questionado se normalmente os pais atendem a escolha de livros feita pelos filhos ou se influenciam ou optam pela escolha que consideram mais adequado, 19 responderam que entram em consenso com ele(a) para levar o livro que o filho(a) mais goste e que também considera adequado. Os outros seis responderam que escolhem o livro que ele(a) pede e nenhum dos pais afirmou que compra o que considera mais adequado sem qualquer consentimento do filho(a).

Considerando a análise anterior, pode-se perceber que os pais têm um papel na decisão de compra, que é conferir se o que ele(a) está querendo é adequado, mas a decisão final é quase que inteiramente do filho(a), será ele(a) que fará as primeiras percepções, contato e escolha. Diante disso a busca por entender o consumidor infantil é indispensável para que haja sucesso na venda de novos produtos, neste caso os livros.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou construir a relação do design com o comportamento do consumidor infantil, focando nas capas dos livros, para que os profissionais desta área consigam compreender esse público e as formas mais eficiente de impactá-lo.

Um dos objetivos deste trabalho foi estudar os elementos do design e compreender como os mesmos são utilizados em capas de livros, através da análise das capas de livros infantis foi possível identificar que os livros da Editora Culturama têm grande cuidado em abordar e se utilizar das técnicas citadas no referencial teórico, o que resultou em capas diferenciadas e criativas. Já o livro da Editora *Happy Books* pecou na aplicação destas técnicas em sua capa, o que visualmente não gerou um bom impacto tanto para as crianças como aos pais. Nesta análise foi possível perceber a importância da aplicação dessas técnicas, fundamentações e conceitos, mesmo que a criatividade seja relevante, se utiliza delas para o sucesso de uma capa atrativa.

Outro objetivo deste trabalho foi observar e compreender o comportamento do público infantil para a escolha de livros pela capa. Notou-se que as crianças não hesitaram em fazer suas escolhas e não pediram auxílio aos pais, nem a sua opinião sobre a capa escolhida. Neste caso é interessante perceber a independência da criança já nessa fase, de 5 a 8 anos. Conforme enfatizou McNeal (2000) no referencial bibliográfico quando sugere a importância de olhar para o consumidor infantil como uma parte relevante do mercado, que exerce sua vontade através dos pais.

O questionário respondido pelos pais também aponta alguns indicativos de como costuma acontecer este comportamento de consumo de livros infantis, quando os pais relatam que buscam respeitar a decisão dos filhos com relação a suas escolhas e que se estiverem em desacordo buscam um consenso com o filho(a), isso reforça o papel determinante da criança neste tipo de compra. Outro fator de relevância é que quase nenhum deles compra livros para seus filhos em e-commerce, e sim em livrarias, acompanhados de seus filhos, dando a entender a importância da interação com este tipo de produto.

O terceiro objetivo foi verificar quais os critérios relacionados aos atributos da capa do livro são decisivos para a escolha de leitura pelo público infantil. Os resultados mostraram que os atributos mais decisivos foram as imagens e ilustrações e as cores.

Quando se relacionam com as imagens e ilustrações, pode-se perceber que são atraídos por livros que tem alguma coisa familiar com seus gostos ou que já conhecem. Considerar a capa como agradável ou desagradável é extremamente subjetivo e terá muita ligação com a bagagem emocional da criança, seu contexto social e suas preferências bem como também afirma Richers (1984) que a personalidade de um indivíduo é composta de uma multiplicidade de componentes que incluem valores, atitudes, crenças, motivos, intenções, preferências, opiniões interesses, preconceitos e normas culturais.

As cores são outro fator muito importante para chamar a atenção das crianças, nota-se que são atraídas por cores vibrantes conforme destacou Coelho (1997), que na literatura infantil as cores devem ser bem vivas e contrastantes, pois, dessa forma, reforçam a alegria ou o bom humor sugerido pelo desenho.

O estudo propôs entender em seu objetivo geral a identificar como os elementos do design das capas de livros influenciam a escolha da leitura pelo público infantil e o resultado se dá pelas confirmações citadas acima, e o outro grande fato é que as crianças escolhem pela capa e ela pode sim ser considerada uma importante estratégia para envolver e conquistá-las na tomada de decisão.

Por fim o estudo não supre todas as dúvidas, mas ajuda a esclarecer questões importantes para que o tema possa ser mais explorado a partir daqui, visto que atualmente os livros concorrem com diversos adversários para ganhar atenção das crianças como videogames, internet e a televisão. Por essa razão se dá a importância dos profissionais compreenderem essas questões, para investir e conquistar seus leitores, sabendo utilizar a seu favor os recursos existentes, para a criação de capas de livros.

## REFERÊNCIAS

- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Cor**. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Layout**. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Tipografia**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- AUMONT, Jacques. **A imagem**. 15. ed. Campinas: Papyrus, 2010.
- ANTUNES, Ricardo. **Guia do ilustrador**. São Paulo, 2007. Disponível em: <http://www.guiadoilustrador.com.br/>. Acesso em: 30 out. 2019.
- ARANHA, Luisa. **Apresentação do Livro: capa**. Porto Alegre, 2017. Disponível em: <http://escritorpublicado.com.br/colunas/guia-da-escritora-independente/apresentacao-da-obra-cap/#.XYld6ZNKhsM>. Acesso em: 23 set. 2019.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6029: Informação e documentação: livros e folhetos: apresentação**. Rio de Janeiro, 2006.
- BAER, Lorenzo. **Produção gráfica**. 4. ed. São Paulo: Senac, 2002.
- BAMBERGER, Richard. **Como incentivar o hábito de leitura**. 7. ed. São Paulo: Ática, 2010.
- BERG, Canha. **O que é Gestalt?** São Paulo, 2014. Disponível em: <http://chocoladesign.com/o-que-e-gestalt>. Acesso em 23 set. 2019.
- BERRO, Diego. **5 papéis exercidos pelos clientes no processo de compra**. 2011. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/5-papeis-exercidos-pelos-clientes-no-processo-da-compra>. Acesso em: 22 mar. 2020.
- BINNS, Betty. **Better type**. EUA: Watson-Guptill Publications, 1989.
- CAMARGO, Luís. **Una Charla sobre ilustración**. Ciudad de Guatemala: Embajada de Brasil en Guatemala, 2006.
- CARDOSO, Felipe. **Hierarquia Visual**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <https://blog.mxcurso.com/hierarquia-visual/>. Acesso em: 13 out. 2019.
- CHURCHILL, G. A. J.; PETER, J. P. **Marketing: criando valor para os clientes**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.
- CHRISPIM, Luana. **A importância da literatura infantil no desenvolvimento da criança**. São Paulo, 2018. Disponível em: <https://envolverde.cartacapital.com.br/a-importancia-da-literatura-infantil-no-desenvolvimento-da-crianca/>. Acesso em: 23 set. 2019.

COLLARO, Antônio Celso. **Produção gráfica: arte técnica da mídia impressa**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CORRÊA, Gislaíne; TOLEDO, Geraldo. **O comportamento de compra do consumidor infantil frente às influências do marketing**. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/10semead/sistema/resultado/trabalhosPDF/246.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2020.

G1. **Crianças e adolescentes estão lendo menos, indica pesquisa**. 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/educacao/noticia/2012/03/criancas-e-adolescentes-estao-lendo-menos-indica-pesquisa.html>. Acesso em: 15 mar. 2020.

COELHO, N. N. **Literatura infantil, teoria, análise e didática**. São Paulo: Ática, 1997.

COLLARO, Antônio Celso. **Produção gráfica: arte técnica da mídia impressa**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CUNHA, Adriana. **A importância da leitura infantil para o desenvolvimento da criança**. Disponível em: <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/pedagogia/a-importancia-leitura-infantil-para-desenvolvimento-crianca.htm>. Acesso em: 16 mar. 2020.

DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. **O Planejamento da Pesquisa Qualitativa: teorias e abordagens**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

EDITORA UNESP. **Novas tendências para o mercado de livros infantis**. São Paulo, 2018. Disponível em: <http://editoraunesp.com.br/blog/novas-tendencias-para-o-mercado-de-livros-infantis>. Acesso em: 23 set. 2019.

ENIDER. **História da Caligrafia**. Paraná. Disponível em: [http://www.caligrafiaenider.com.br/hist\\_caligrafia.php](http://www.caligrafiaenider.com.br/hist_caligrafia.php). Acesso em: 2 out. 2019.

FAUST, M. A. **Off the wall, but playable: advice on coaching young readers**. EUA: Journal of Reading, 1995.

FLOR, Martina. **The Golden Secrets of Lettering**. Estados Unidos da América: Princeton Architectural Press, 2017.

FORTUNA, Humberto. **Teoria das cores no design**. 2018. Disponível em: <https://medium.com/uxmotiondesign/teoria-das-cores-no-design-6f475942479e>. Acesso em: 26 nov. 2019.

FRACCAROLI, Caetano. **A percepção da forma e sua relação com o fenômeno artístico: o problema visto através da Gestalt (psicologia da forma)**. São Paulo: FAUUSP, 1952.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler em três artigos que se completam**. 27. ed. São Paulo: Cortez, 1992.

FREITAS, Neli Klix; ZIMMERMANN, Anelise. A ilustração de livros infantis: uma retrospectiva histórica. **Revista DAPesquisa**, Florianópolis, v. 2, n. 4, 2007.

FROTA, Rafael. **A cor e suas prioridades**. 2018. Disponível em: <https://medium.com/@rafaelfrota/a-cor-e-suas-propriedades-c13260800c3a>. Acesso em: 29 nov. 2019.

GIO, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. 8. ed. São Paulo: Escrituras, 2008.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores**. São Paulo: Anna-blume, 2004.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **Design gráfico: do invisível ao ilegível**. São Paulo: Rosari, 2008.

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II: como criar e produzir livros**. Tradução de Juliana A. Saad e Sérgio Rossi Filho. São Paulo: Rosari, 2007.

HENDEL, Richard. **O design do livro**. 2. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

HISHE, Jessica. **In Progress: See Inside a Lettering Artist's Sketchbook and Process, from Pencil to Vector**. San Francisco: Chronicle Books LLC, 2015.

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2000.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LIMA, Naiara. **Hierarquia Visual parte 2**. Minas Gerais, 2018. Disponível em: [http://gardenconsultoria.com.br/especial/hierarquiasvisual\\_parte2](http://gardenconsultoria.com.br/especial/hierarquiasvisual_parte2). Acesso em: 13 out. 2019.

LIMA, Rubens. **O capista: os 7 segredos da criação da capa de livros**. São Paulo, 2012. Disponível em: <http://blog.capista.com.br/>. Acesso em: 11 set. 2019.

LEITURINHA. **A importância das ilustrações nos livros infantis**. Minas Gerais, 2017. Disponível em: <https://leiturinha.com.br/blog/a-importancia-das-ilustracoes-nos-livros-infantis/>. Acesso em: 11 set. 2019.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MASSONI, Herbert. **Ilustrações em Livros Infantis**: alguns apontamentos. Santa Catarina, 2012. Disponível em: <http://revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/13951/9036>. Acesso em: 26 nov. 2019.

MARTINS, Maria Helena. **O que é leitura**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

MCNEAL, J. U.; YEH, C.H. **Born to shop**. 6. ed. American Demographic, Washington: 1993.

MCNEAL, J. U. **Children as Consumers of Commercial and Social Products**: Marketing health to kids 8 to 12 years of age. Washington: 2000.

MEC. **Analfabetismo no país cai de 11,5% para 8,7% nos últimos oito anos**. 2018. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/component/tags/tag/34167>. Acesso em: 17 abr. 2020.

MEDIAVILLA, C. **Caligrafia**: del signo caligráfico a la pintura abstracta. Valencia: Campgraf, 2005.

MELLO, Daniel. **Leitura é hábito de 56% da população, indica pesquisa**. 2016. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/cultura/noticia/2016-05/leitura-e-habito-de-56-da-populacao-indica-pesquisa>. Acesso em: 10 abr. 2020.

MOREIRA. **Marketing e sua relação com o público infantil**. 2013. Disponível em: <https://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2013/08/MARKETING-E-SUA-RELA%c3%87%c3%83O-COM-O-P%c3%9aBLICO-INFANTIL--Moreira--Revista-Cient%c3%adfica-on-line-Tecnologia-Gest%c3%a3o-e-Humanismo.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2020.

MOTA, Gustavo. **Elementos básicos da comunicação visual**. 2016. Disponível em: <https://blog.wedologos.com.br/design-grafico/identidade-visual/elementos-basicos-da-comunicacao-visual/>. Acesso em: 2 out. 2019.

NIELSEN. **Painel do Varejo de livros no Brasil**. 2019. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/component/tags/tag/34167>. Acesso em: 16 abr. 2020.

OLIVEIRA, Maria Marly. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

PAIVA, Marília. **A importância do livro infantil**. Minas Gerais, 2019. Disponível em: <https://www.hojeemdia.com.br/opini%C3%A3o/blogs/opini%C3%A3o-1.363900/a-import%C3%A2ncia-do-livro-infantil-1.708542>. Acesso em: 11 set. 2019.

PANTALEO, S. **Young children and radical change characteristics in pictures books**. 2004. Disponível em: <https://ila.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1598/RT.58.2.6>. Acesso em: 24 jun. 2020.

PAULINO, Tailane. **Caligrafia Artística**. Pernambuco, 2018. Disponível em: <https://www.estudopratico.com.br/caligrafia-artistica/>. Acesso em: 2 out. 2019.

PRÓ-LIVRO, Instituto. **Retratos da Leitura**. 2011. Disponível em: [http://prolivro.org.br/home/images/relatorios\\_boletins/3\\_ed\\_pesquisa\\_retratos\\_leitura\\_PL.pdf](http://prolivro.org.br/home/images/relatorios_boletins/3_ed_pesquisa_retratos_leitura_PL.pdf). Acesso em: 10 out. 2019.

PRÓ-LIVRO, Instituto. **Retratos da Leitura**. 2016. Disponível em: [http://prolivro.org.br/home/images/2016/RetratosDaLeitura2016\\_LIVRO\\_EM\\_PDF\\_FINAL\\_COM\\_CAPA.pdf](http://prolivro.org.br/home/images/2016/RetratosDaLeitura2016_LIVRO_EM_PDF_FINAL_COM_CAPA.pdf). Acesso em: 10 out. 2019.

REPROSET. Por João. **Tipos de encadernação**. Paraná, 2018. Disponível em: <https://reproset.com.br/encadernacao-qual-e-a-ideal-para-o-meu-material/>. Acesso em: 26 nov. 2019.

RIBEIRO, Ana. **O layout e a leitura**. Brasil, 2017. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1162.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1162.pdf). Acesso em: 30 out. 2019.

RICHERS, Raimar. O enigmático mas indispensável consumidor: teoria e prática. **Revista de Administração**, São Paulo, n. 19, p. 46-56, jul./set. 1984.

ROTAVA, Daiara; MEÜRER, M.; CHRISTOFFOLI, A. **A preferência do público em relação a os recursos gráficos nos livros infantis para crianças na fase de alfabetização**. Santa Catarina, 2014. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/det/index.php/det/article/view/189/104>. Acesso em: 26 nov. 2019.

SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH Marco Aurélio. **Comportamento do consumidor: conceitos e casos**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SCHEUER, Paulo. **Ver para ler: editoras investem cada vez mais em capas de livros feitas por artistas e designers importantes para se destacar nas vitrines e atrair a atenção do público**. São Paulo: Revista da Cultura, 2009.

SCHIFFMAN, Lean G.; KANUK, Leslie L. **Comportamento do consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SCHIFFMAN, Lean G; KANUK, Leslie L. **Comportamento do consumidor**. 9. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

TOKARNIA, Mariana. **Mercado literário brasileiro está em transformação, dizem escritores**. 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2019-10/mercado-literario-brasileiro-esta-em-transformacao>. Acesso em: 22 mar. 2020.

VASCONCELOS, Priscila. **A importância da Hierarquia Visual**. Pernambuco, 2015. Disponível em: <https://designculture.com.br/a-importancia-da-hierarquia-visual>. Acesso em: 13 out. 2019.

YAMASHIRO, Agata. **Entendendo a diferença entre tipografia e lettering**. 2014.  
Disponível em:  
<https://www.des1gnon.com/2014/05/entendendo-a-diferenca-entre-tipografia-e-lettering/>. Acesso em: 30 out. 2019.

## APÊNDICES

## APÊNDICE A - Termos de consentimento livre e esclarecido dos 25 responsáveis



### TÉRMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

#### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Está simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Está simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

#### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Marinês Tafarel (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresso concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 18 de maio de 2020

Marinês Tafarel

CPF 95449116004

Assinatura do responsável legal

Documento de identidade

Maquélen Tafarel de Córdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélen Tafarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Está simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Está simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Elisete Bueno de Souza (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresse concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 19 de maio de 2020

Elisete Bueno de Souza

Assinatura do responsável legal

8076511552

Documento de identidade

Maquélén Tafarel de Córdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélén Tafarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Juliana S. Ferreira (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresso concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 19 de Maio de 2020

Juliano S. Ferreira

Assinatura do responsável legal

010.759.130-80

Documento de identidade

Maquelen Táfarel de Córdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquelen Táfarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Mauro Z. Gardine Pires Gonçalves (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresse concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

*Francete Cordine Pinheiro Gonçalves*

Assinatura do responsável legal

1101468583

Documento de identidade

*Maquelen Tafarel de Córdova*

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquelen Tafarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Saiondra M. Favares da Silva (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresso concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 18 de Maio de 2020

Sandra Tavares

1093335821

Assinatura do responsável legal

Documento de identidade

Maquélén Tafarel de Córdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélén Tafarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Rafael Hoff (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresso concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 18 de MAIO de 2020

Rafael Loff

Assinatura do responsável legal

3115148383

Documento de identidade

Maquêlen Tafarel de Córdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquêlen Tafarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Está simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Está simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, DAIANE MOYA SANTOS (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresso concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 18 de MAIO de 2020

DAIANE MOYA SANTOS

4271241

Assinatura do responsável legal

Documento de identidade

Maquélén Tafarel de Córdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélén Tafarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Rosaura da Silva (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresse concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 18 de maio de 2020

Lauro da Silva

Assinatura do responsável legal

211097479

Documento de identidade

Maquélen Tarela de Córdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélen Tarela de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Diome M. S. Amghinoni (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresso concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 16 de maio de 2020

Diome M. S. Anghinani

Assinatura do responsável legal

7086098934

Documento de identidade

Maquélén Tórdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélén Tafarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Está simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Está simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Raquel Barbosa Ferreira (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresse concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 16 de maio de 2020

Roquel B. Ferveiro

1087008833

Assinatura do responsável legal

Documento de identidade

Maquelen Tafarel de Cordova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquelen Tafarel de Cordova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Vera Lúcia Tafarel de Matos (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresso concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 15 de maio de 2020

Vera Lúcia T. de Mads

8082377026

Assinatura do responsável legal

Documento de identidade

Maquélen Taref de Córdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélen Taref de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Jenaine R. Ribeiro do Silva (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresso concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 17 de maio de 2020

[Handwritten Signature]

Assinatura do responsável legal

212708439

Documento de identidade

Maquélén Tafarel de Córdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélén Tafarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Evá Nayara Padilha (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresse concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 18 de maio de 2020

Ena Nayara Padilha

Assinatura do responsável legal

5823461

Documento de identidade

Maquelen Tarela de Cordova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquelen Tarela de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Silvani Borges Gasparin (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresso concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 16 de Maio de 2020

Silvani Borges Gasparin 8056895934

Assinatura do responsável legal

Documento de identidade

Maquelen Taref de Cordova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquelen Taref de Cordova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Amanda S. Worella Lopes (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresso concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

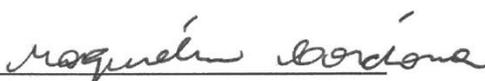
Caxias do Sul, 18 de Mais de 2020

  
\_\_\_\_\_

Assinatura do responsável legal

108.297.454-2  
\_\_\_\_\_

Documento de identidade

  
\_\_\_\_\_

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélen Tafarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Lisiane Pandolfi (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresse concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 18 de maio de 2020

Lisiane F.M. Pandolf.

Assinatura do responsável legal

9078545721

Documento de identidade

Maquélen Tafarel de Córdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélen Tafarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Juliano S. Ferrare (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresso concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 19 de Maio de 2020

Juliana S. Ferreira

Assinatura do responsável legal

010.759.130-80

Documento de identidade

Maquélén Tafarel de Córdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélén Tafarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Adriana Pazini (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresso concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 18 de maio de 2020

Assinatura do responsável legal

9090194326

Documento de identidade

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélen Tafarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Lisiane Pandolfi (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresse concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 18 de maio de 2020

Luiziane F.M. Pandolfi.

Assinatura do responsável legal

9078545721

Documento de identidade

Maquélén Tafarel de Córdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélén Tafarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Vanessa Pereira (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresso concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 27 de maio de 2020

Vanessa Farschi

Assinatura do responsável legal

006.963.370-37.

Documento de identidade

Maquélén Tafarel de Córdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélén Tafarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa: a influência do design das capas na escolha do público infantil**", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Está simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Está simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, MILAGROS GONZI (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresse concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 1 de JUNHO de 2020

Assinatura do responsável legal

Documento de identidade

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélén Tafarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa: a influência do design das capas na escolha do público infantil**", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Elizama Vaccari Magnoga (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresso concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 03 de junho de 2020

Olivia Tacari Moquaga

Assinatura do responsável legal

8068510067

Documento de identidade

Maquélén Táfarel de Córdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélén Táfarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Grasiela \_\_\_\_\_ (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresso concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 27 de maio de 2020

Grasulo Andreazzo  
Assinatura do responsável legal

3079480434  
Documento de identidade

Maquélen Taref de Córdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélen Taref de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Moquelén Bóclora (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresso concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 27 de maio de 2020

Maquélén Córdova

Assinatura do responsável legal

03184615014

Documento de identidade

Maquélén Córdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélén Tafarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### SOBRE A PESQUISA

Você e seu filho(a) estão sendo convidados a participar da pesquisa do trabalho de monografia "**Julgando o livro pela capa**: a influência do design das capas na escolha do público infantil", que tem como objetivo identificar como o processo de design das capas de livros infantis influenciam a escolha de crianças por determinadas obras. Os resultados desta pesquisa contribuirão para que profissionais de Publicidade e Propaganda que atuam na criação, possam compreender melhor o público infantil e criar designs de capas mais atrativos para as crianças. Para a realização desta pesquisa será feita uma simulação onde seu filho(a) deverá escolher um entre os cinco livros enviados e explicar o motivo de sua escolha. Esta simulação deve ser registrada por câmera para posterior análise do pesquisador, as imagens serão utilizadas somente para este fim. Esta simulação dura cerca de 3 minutos. Toda a pesquisa envolve algum nível de risco aos participantes, está em específico tem riscos emocionais mínimos relacionados a insatisfação que criança pode ter por não poder ficar com o livro. Após a pesquisa solicita-se o preenchimento do questionário pelo responsável da criança. O preenchimento do questionário dura cerca de 8 minutos.

### SOBRE A PARTICIPAÇÃO

Eu, Silvia B. F. Pedreira (nome do responsável), após a leitura sobre a pesquisa, compreendi qual o objetivo do estudo ao qual o menor sob minha responsabilidade participará. Estou ciente dos riscos e benefícios do estudo e entendi que eu e o menor podemos abandonar a pesquisa a qualquer momento, sem acarretar qualquer prejuízo a ele(a) ou a mim. Entendo que não haverá nenhum gasto de minha parte ou remuneração pela participação do menor, e que os dados coletados são sigilosos e utilizados apenas para fins acadêmicos e científicos. Diante



do exposto expresse concordância com a participação minha e do menor sob minha responsabilidade no estudo.

Caxias do Sul, 20 de Maio de 2020

Sílvia Balloni de Fozes Fedorzo

RG 1090458595

Assinatura do responsável legal

Documento de identidade

Maquélen Táfarel de Córdova

Assinatura do pesquisador

Para dúvidas e esclarecimentos, entre em contato com a pesquisadora, Maquélen Táfarel de Córdova, aluna sob matrícula nº 550800-22, da Universidade de Caxias do Sul. Telefone (54) 99113-7627, endereço eletrônico <mtcordova@ucs.br>

<b>Entrevistados</b>	<b>Brincar e Aprender Opostos</b>	<b>Animais e Objetos para Procurar e Encontrar na fazenda</b>	<b>Eu e Minha Mamãe Melhores Amigos</b>	<b>Contos Clássicos João e Maria</b>	<b>Histórias Fascinantes para Crianças</b>
Entrevistado 1	1	2	3	4	5
Entrevistado 2	2	3	4	5	1
Entrevistado 3	3	4	5	1	2
Entrevistado 4	4	5	1	2	3
Entrevistado 5	5	1	2	3	4
Entrevistado 6	1	2	3	4	5
Entrevistado 7	2	3	4	5	1
Entrevistado 8	3	4	5	1	2
Entrevistado 9	4	5	1	2	3
Entrevistado 10	5	1	2	3	4
Entrevistado 11	1	2	3	4	5
Entrevistado 12	2	3	4	5	1
Entrevistado 13	3	4	5	1	2
Entrevistado 14	4	5	1	2	3
Entrevistado 15	5	1	2	3	4
Entrevistado 16	1	2	3	4	5
Entrevistado 17	2	3	4	5	1
Entrevistado 18	3	4	5	1	2
Entrevistado 19	4	5	1	2	3
Entrevistado 20	5	1	2	3	4
Entrevistado 21	1	2	3	4	5
Entrevistado 22	2	3	4	5	1
Entrevistado 23	3	4	5	1	2
Entrevistado 24	4	5	1	2	3
Entrevistado 25	5	1	2	3	4

**APÊNDICE C - Questionário aplicado aos pais**

# Pesquisa do trabalho de monografia "Julgando o livro pela capa: a influência do design das capas na escolha do público infantil"

Curso de Publicidade e Propaganda - Universidade de Caxias do Sul

1. Você é o entrevistado(a) de número \*

---

2. Qual a idade do seu filho(a)? \*

---

3. Identifique o gênero do seu filho(a) \*

*Marcar apenas uma opção.*

Menino

Menina

4. Qual livro o seu filho(a) escolheu? \*

*Marcar apenas uma opção.*

Brincar e Aprender Opostos

Animais e Objetos para Procurar e Encontrar na fazenda

Eu e Minha Mamãe Melhores Amigos

Contos Clássicos João e Maria

Histórias Fascinantes para Crianças

5. Por que ele(a) escolheu este livro? (aqui você pode responder baseado no que seu filho(a) expressou naturalmente ou perguntar o motivo a ele(a): \*

---

---

---

---

6. Algum dos aspectos da capa, listados abaixo, foram citados pelo seu filho(a)?  
(marcar quantos desejar) \*

*Marque todas que se aplicam.*

- Cores  
 Desenhos e ilustrações  
 Título  
 Tamanho  
 Formato  
 Textura  
 Nenhum

Outro:  \_\_\_\_\_

7. Se você tivesse que escolher um livro, a sua escolha seria a mesma do seu filho(a)? \*

*Marcar apenas uma opção.*

- Sim  
 Não

8. Caso a sua resposta tenha sido não, assinale abaixo qual a obra escolheria:

*Marcar apenas uma opção.*

- Brincar e Aprender Opostos  
 Animais e Objetos para Procurar e Encontrar na Fazenda  
 Eu e Minha Mamãe Melhores Amigos  
 Contos Clássicos João e Maria  
 Histórias Fascinantes para Crianças

9. Explique o motivo de sua escolha:

---

---

---

---

10. Você costuma comprar livros para seu filho(a)? \*

*Marcar apenas uma opção.*

- Sim, frequentemente (1 ou mais vezes por mês)
- Sim, esporadicamente (algumas vezes no ano)
- Não costumo comprar

11. Se você costuma comprar nos informe onde (assinale quantas opções desejar):

*Marque todas que se aplicam.*

- em feiras de livros
- em livrarias
- em e-commerce
- em mercados e lojas

Outro:  \_\_\_\_\_

12. Seu filho(a) costuma estar com você quando realiza a compra de livros para ele(a)? \*

*Marcar apenas uma opção.*

- Sim, sempre
- Na maioria das vezes ele(a) está junto
- As vezes ele(a) está junto, as vezes não
- Normalmente realizo a compra sem ele(a)

13. Numa situação cotidiana você compra a obra que seu filho(a) lhe pede ou a que você considera mais adequada? \*

*Marcar apenas uma opção.*

- O livro que ele(a) pede
- O que considero mais adequado
- Entro em consenso com ele(a) para levar o livro que meu filho(a) goste e que eu considero adequado

**APÊNDICE D - Projeto da disciplina de Monografia I**

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL**

**MAQUÉLEN TAFAREL DE CÓRDOVA**

**JULGANDO O LIVRO PELA CAPA: A INFLUÊNCIA DO DESIGN  
DAS CAPA NA ESCOLHA DO PÚBLICO INFANTIL**

**CAXIAS DO SUL  
2019**

**MAQUÉLEN TAFAREL DE CÓRDOVA**

**JULGANDO O LIVRO PELA CAPA: A INFLUÊNCIA DO DESIGN  
DAS CAPA NA ESCOLHA DO PÚBLICO INFANTIL**

Projeto de Monografia I apresentado como  
requisito para aprovação na disciplina de  
Monografia I - COM0491DL

Orientador(a): Vanessa Roveda

**CAXIAS DO SUL  
2019**

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>04</b>
<b>2 TEMA</b>	<b>05</b>
2.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA	05
<b>3 JUSTIFICATIVA</b>	<b>06</b>
<b>4 QUESTÃO NORTEADORA</b>	<b>07</b>
<b>5. HIPÓTESES</b>	<b>08</b>
<b>6. OBJETIVOS</b>	<b>09</b>
6.1 OBJETIVO GERAL	09
6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	09
<b>7. METODOLOGIA</b>	<b>10</b>
<b>8. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA</b>	<b>12</b>
8.1 <i>DESIGN</i> GRÁFICO	12
8.2 LEIS DE <i>GESTALT</i>	13
<b>8.2.1 Unidade e Segregação</b>	<b>14</b>
<b>8.2.2 Lei de Unificação</b>	<b>15</b>
<b>8.2.3 Lei de Continuidade</b>	<b>16</b>
<b>8.2.4 Lei de Proximidade</b>	<b>16</b>
<b>8.2.5 Lei de Semelhança</b>	<b>17</b>
<b>8.2.6 Lei de Fechamento</b>	<b>18</b>
<b>8.2.7 Lei de Pregnância</b>	<b>18</b>
8.3 HIERARQUIA VISUAL	19
<b>8.3.1 <i>Layout</i> e Diagramação</b>	<b>20</b>
<b>8.3.2 Tipografia, Caligrafia e <i>Lettering</i></b>	<b>22</b>
8.3.2.1 Tipografia	23
8.3.2.2 Caligrafia	25
8.3.2.3 <i>Lettering</i>	26
<b>8.3.3 Teoria das Cores</b>	<b>27</b>
8.4 TEXTURA E PADRONAGEM	34
8.5 ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO	36
8.6 IMAGENS E ILUSTRAÇÕES	39
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>4</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A leitura é uma prática altamente importante e prazerosas, além de ser uma das maneiras mais antigas e mais eficientes de adquirir conhecimento. Quando vira um hábito desde a infância, desenvolve o intelecto, estimula a criatividade, trabalha a imaginação, exercita a memória, contribui com o crescimento do vocabulário e a melhora na escrita, além de inúmeros outros benefícios.

Neste contexto, a importância da leitura na educação infantil é imprescindível para a formação de cidadãos ativos na organização de uma sociedade mais consciente e crítica, por isso, o incentivo dos pais e da escola é fundamental.

Apesar de normalmente ser a última coisa a ser criada, é quase sempre a primeira a ser vista. Na capa do livro se destacam os mais variados elementos, com tendências, cores e fontes. Elaboradas como uma verdadeira obra de arte, é um dos passos mais importantes para atrair o interesse do seu público, e quando se trata do público infantil, como essa atração ocorre? Qual a importância do *design* da capa para escolha de uma obra?

É altamente importante um grande investimento em *design* gráfico para a criação de capas de livros. O papel dos *designers* editoriais ou capistas, é criar trabalhos que fujam do comum, entregando materiais inovadores, instigantes e criativos. Para isso, existe um processo que conta com uma gama de opções e utilizações de diversas técnicas a fim de as tornar irresistíveis aos olhos do consumidor e que podem influenciar de forma decisiva a escolha dos leitores.

Pensando nisso, o estudo apresenta contextualizações teóricas sobre a importância da leitura, o comportamento do consumidor focando no público infantil, técnicas do *design* gráfico, com a finalidade de compreender e conhecer os elementos envolvidos nesse fenômeno e analisar se a capa do livro possui de fato, algum peso na hora da escolha da leitura para este público específico.

## 2 TEMA

### 2.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA

O estudo analisará o desenvolvimento de criação das capas dos livros infantis, as ilustrações, fontes e cores e as técnicas do *design* empregadas para atrair o público, bem como buscar identificar os atributos mais importantes que determinam a escolha da leitura.

É importante ressaltar que a escolha pelo público infantil foi fundamentada por pesquisas e pelo interesse sobre o tema, focando no pensamento puro e extremamente criativo das crianças e como o *design* é influenciado também por essa criatividade.

A pesquisa será rica de informações e diagnósticos mediante as capas escolhidas para identificar como os elementos do design das capas de livros são determinantes para a escolha da leitura do público infantil, incluindo também o comportamento, bem como consumidores neste meio da leitura.

### 3 JUSTIFICATIVA

O interesse pelo tema surgiu primeiramente por *hobby*, e após por pesquisas na internet de temas relacionados aos livros. Notou-se que durante essa pesquisa, muitos dos trabalhos já feitos tinham como objetivo analisar o livro completo ou livros com segmentação de idade, principalmente adolescentes e adultos. A partir daí, passou-se a cogitar o interesse pelo design e como esse objeto poderia influenciar as crianças nas escolhas das obras a serem lidas e talvez assim se tornar um fator motivacional para o incentivo à leitura e determinante para a escolha de compra.

A capa é a essência do livro. Martins (1989) esclarece que a leitura vai além do texto e começa antes do contato com ele. Nesse sentido, a leitura do objeto capa de livro, passa a ter grande importância por muitas vezes encontrar-se com o leitor antes do que a história da obra em si. Segundo pesquisas do Ibope (2015) a capa do livro é o principal motivo de escolha de um livro na faixa etária entre 5 e 13 anos.

Segundo dados da pesquisa Retratos da Leitura do Instituto Pró-Livro de 2018, 44% da população não lê e 30% nunca comprou um livro. A média de obras lidas por pessoa ao ano é de 4.96. Desse total, 2.43 foram terminados e 2.53 lidos em partes.

Com as constantes mudanças no mercado editorial de livros infantis, uma das tarefas mais importantes das editoras é posicionar-se competitivamente e além disso é fundamental que a capa seja um ótimo atrativo, sendo personalizada com cores, tipografias, ilustrações, texturas e tudo de inovador para que possa brilhar os olhos do leitor.

#### **4 QUESTÃO NORTEADORA**

Qual a influência do design das capas para a escolha de livros junto ao público-infantil?

## 5 HIPÓTESES

O estudo terá várias hipóteses, tais como:

- a) Determinadas cores e combinações são mais adequadas para atrair o público infantil;
- b) Ilustrações são fundamentais para atrair as crianças;
- c) Capas produzidas com materiais diferentes tendem a atrair mais as crianças;
- d) Alguns estilos de fontes são mais chamativos para as crianças;
- e) A importância de aplicar as leis de *Gestalt* na produção de uma capa;
- f) Imagens chamam atenção;
- g) A composição nas capas dos livros é estudada antes de sua criação;

## 6 OBJETIVOS

### 6.1 OBJETIVO GERAL

Identificar como os elementos do *design* das capas de livros são determinantes para a escolha da leitura pelo público infantil.

### 6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os objetivos específicos desta pesquisa são:

- a) Estudar os elementos do *design* e compreender como os mesmos são utilizados em capas de livros;
- b) Compreender o comportamento do público infantil para a escolha de livros;
- c) Verificar quais os critérios relacionados aos atributos da capa do livro são decisivos para a escolha de leitura pelo público infantil.
- d) Realizar um estudo de campo para verificar o comportamento do público infantil diante de diferentes capas.
- e) Analisar quais técnicas são mais utilizadas para a criação dessas capas diante do estudo.

## 7 METODOLOGIA

A metodologia é a fase crucial de qualquer projeto de pesquisa compreendendo o uso de métodos e estabelecimento de procedimentos metodológicos e técnicos para analisar e conhecer o fenômeno pesquisado (OLIVEIRA, 2007).

O estudo será de abordagem qualitativa, uma vez que o interesse deste é conseguir identificar através dos dados obtidos, como o fenômeno - a atração exercida pela capa do livro - pode despertar o interesse de crianças na fase de alfabetização.

A pesquisa qualitativa oferece essa perspectiva, uma vez que é

[ . . . ] um estudo detalhado de um determinado fato, objeto, grupo de pessoas ou ator social e fenômenos da realidade. Esse procedimento visa buscar informações fidedignas para explicar em profundidade o significado e as características de cada contexto em que se encontra o objeto de pesquisa. (OLIVEIRA, 2007, p. 60).

Os objetivos caracterizam a pesquisa como exploratória. Oliveira (2007) explica que essa classificação da pesquisa diz respeito à capacidade de propiciar uma visão geral do fato ou fenômeno estudado. A autora também esclarece que estudos exploratórios são realizados quando o tema escolhido é pouco explorado, se tornando a base para estudos mais aprofundados. Esta é uma das principais características deste estudo, uma abordagem sobre a influência direta e exclusiva de capas de livros sobre o leitor infantil.

Segundo Gil (2002), a pesquisa exploratória é flexível, por possibilitar a análise de variados aspectos sobre o fato estudado e gerar mais familiaridade com o mesmo. Diante disso, para compreender os processos e se atingir os objetivos, decidiu-se por aplicação em formato de questionário adaptado, com amostra de cinco capas de livros.

Os sujeitos do estudo serão crianças entre 5 anos e 8 anos de idade, podendo variar devido às diversas condições e estímulos de aprendizagem. A autorização para realização do estudo será enviada aos pais das crianças, para o consentimento do mesmo. O questionário será realizado durante o período em que a criança estiver disponível, com um horário marcado, em locais diversos.

As capas apresentadas para as crianças serão da Editora Culturama, localizada em Caxias do Sul. Os critérios para as escolhas das capas serão, em primeiro lugar, os livros com capas mais diferentes entre si; em segundo lugar, os livros com capas que apresentavam algum dos elementos previamente apresentados no referencial teórico; e em terceiro lugar o público alvo da obra.

## 8 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### 8.1 DESIGN GRÁFICO

Para desenvolvimento deste trabalho é fundamental abordar os conceitos de *design*, Hendel (2013) define o *design* gráfico como um meio de comunicar visualmente uma mensagem específica. Sejam quais forem os fatores determinantes da criação da capa do livro, essa inevitavelmente se comunicará com o leitor, neste caso com o público infantil, seja de forma positiva ou até mesmo negativa, se esses elementos não estiverem agradáveis aos olhos do leitor.

Na visão de Gruszynski (2018), o *design* envolve uma série de escolhas, além de critérios editoriais, o gênero literário ou a cultura de um determinado estado ou país podem influenciar nas decisões criativas.

Para elaboração de um projeto gráfico devem-se levar em conta os elementos básicos da comunicação visual, que, como afirma Dondis (2007) são:

- a) O ponto, apesar de ser a unidade de comunicação visual mais básica, qualquer ponto exerce um enorme poder de atração, independentemente de ter sido feito pelo homem ou de fazer parte da natureza. Quando vistos, os pontos ligam-se, tornando-se capazes de dirigir o olhar. Lupton e Phillips (2008) afirmam que o ponto indica uma posição no espaço, ele se torna uma marca, uma referência, sendo capaz de expressar sua identidade ou mesclar-se à massa;
- b) A linha, no entendimento de Lupton e Phillips (2008) é uma série infinita de pontos, aparecem nos limites dos objetos e onde dois planos se encontram. Podem ser retas, curvas, contínuas ou tracejadas e ter espessura e textura.
- c) A forma é descrita por uma linha, sendo que existem três formas básicas: o quadrado, o círculo e o triângulo equilátero. Cada uma das formas básicas possui características específicas, e a cada uma se atribui significados, alguns por associação, outros por vinculação arbitrária, e outros devido a percepções psicológicas e fisiológicas. Assim, o quadrado está associado a honestidade, integridade e

perfeição; o triângulo liga-se a ação, conflito e tensão; o círculo representa infinitude e proteção.

- d) A direção é expressa pelas três formas básicas: o quadrado, a horizontal e a vertical; o triângulo, a diagonal; o círculo, a curva. Cada uma das direções visuais tem um forte significado associativo e é utilizado como uma importante ferramenta para a criação de mensagens visuais. A referência horizontal – vertical encaminha-nos a um sentido de estabilidade e equilíbrio. A diagonal possui uma força direcional mais instável. As forças direcionais curvas têm significados associados a abrangência e à repetição.
- e) O tom é a intensidade da obscuridade ou claridade, as variações de luz que permitem a percepção de profundidade, distância e dimensão;
- f) A escala é o tamanho relativo traçado em um espaço, ou seja, o tamanho de um elemento dependerá do ambiente, da localização e das cores dos demais elementos ao redor dele;
- g) A dimensão é a representação visual em formato bidimensional possibilitada pela ilusão causada pela perspectiva;
- h) O movimento só existe de fato no cinema e televisão; no entanto, o *designer* pode utilizar técnicas para enganar o olho e criar a sensação de movimento, conforme citam Lupton e Philips (2008); composições diagonais, linhas sinuosas, formas pontuadas ou cortadas, sugerem movimento.

Dondis (2007) também classifica a cor e textura como elementos visuais. A seguir, esses e outros elementos e conceitos de *design* serão analisados com maior profundidade.

## 8.2 LEIS DE *GESTALT*

*Gestalt* significa forma, aspecto ou figura. O conceito *Gestalt* foi iniciado na psicologia pelo filósofo australiano Christian von Ehrenfels no século XIX e desenvolvido e analisado mais especificamente pelo psicólogo checo Max Wertheimer.

Quando se pensa em psicologia da área da comunicação, logo se lembra da publicidade que trabalha com formas e estruturas gráficas. Sendo assim, a teoria

da *Gestalt* se torna um alicerce teórico de grande valia para publicitários, *designers*, e outros profissionais envolvidos nessa área criativa.

A *Gestalt* facilita a compreensão de como a informação será passada através das formas criadas. Ela auxilia as pessoas a entenderem e assimilarem as informações que são passadas pelas imagens criadas, além de que quando são usadas de maneira consciente melhoram os projetos para alcançar os objetivos.

O cérebro humano compreende as formas visuais de um jeito peculiar: o inteiro é considerado antes que suas partes, ou seja, entendemos a forma como um todo antes de perceber suas partes individuais. Esse é o princípio básico do *Gestaltismo*. (BERG, 2014).

Um outro autor que estuda a percepção da forma é Fraccaroli (1952), que diz que, “a psicologia da forma se apoia na fisiologia do sistema nervoso, quando procura explicar a relação sujeito-objeto no campo da percepção”.

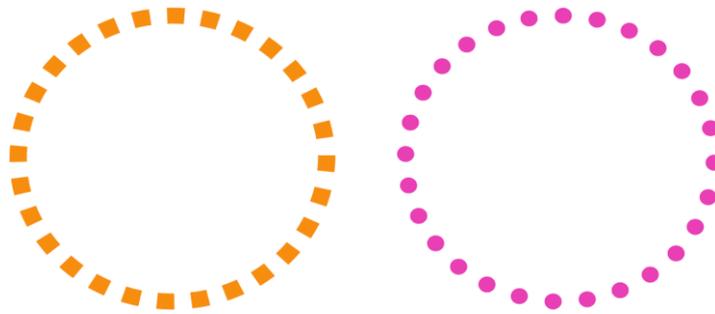
Em seu livro, Gomes Filho (2008), cita que para a criação de imagens, o ser humano tem a necessidade de receber algo que tenha clareza, harmonia visual e fatores de equilíbrio como fatores indispensáveis. “[...] seja numa obra de arte, num ponto industrial, numa peça gráfica, num edifício, numa escultura ou em qualquer outro tipo de manifestação visual”.

### **8.2.1 Unidade e Segregação**

A Lei da Unidade diz respeito à conceituação de um elemento, que pode ser construído por uma única parte, ou por várias partes que em conjunto constroem este elemento.

Já a segregação refere-se a capacidade de identificar, destacar e separar as unidades de uma ou mais unidades na composição inteira ou em partes dela. Em ambos os casos, essa segregação pode ser feita por diversos elementos visuais: cores, sombras, texturas, pontos, linhas e etc. A figura 01 apresenta dois círculos. Conseguimos compreender as formas das imagens, mas também percebemos que as unidades que formam o primeiro círculo, são quadrados menores, e as unidades que formam o segundo círculo são círculos menores

Figura 01 – Exemplo da Lei da Unidade e da Segregação



Fonte: Adaptada de Freitas, 2014.

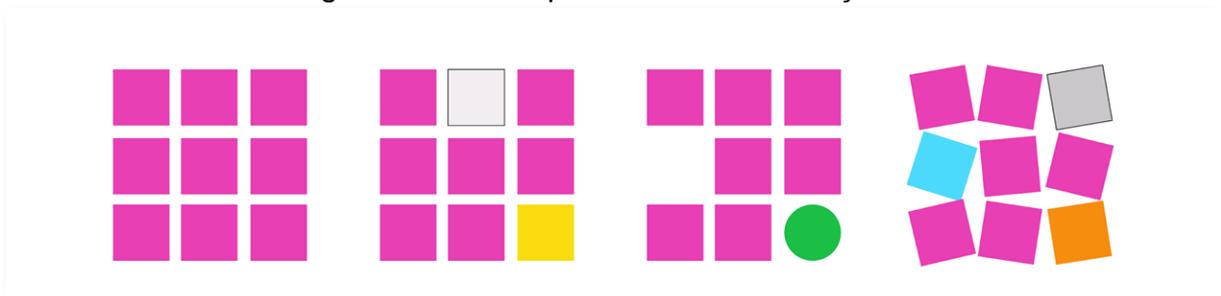
Neste caso identificamos as unidades ao mesmo tempo em que segregamos a figura do todo.

### 8.2.2 Lei da Unificação

A unificação acontece quando existem elementos iguais ou semelhantes distribuídos de forma coerente e harmônica. Os princípios básicos da unificação são as leis de proximidade e a lei de semelhança.

A figura 02 apresenta a evolução de uma composição com unificação perfeita que vai sendo prejudicada até que a unificação desapareça.

Figura 02 – Exemplo da Lei da Unificação



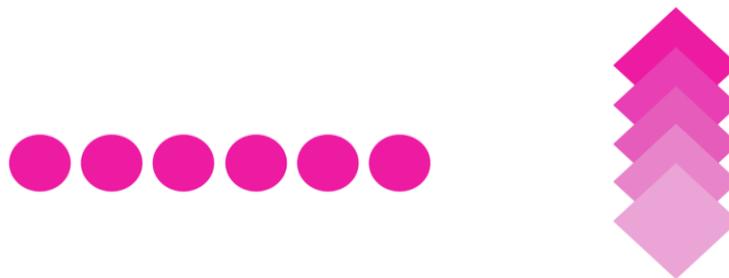
Fonte: Adaptada de Gomes Filho, 2008.

Os princípios de harmonia, equilíbrio visual e coerência dos elementos/todo têm de estarem presentes para que o objeto ou a composição esteja unificado.

### 8.2.3 Lei da Continuidade

Refere-se à composição do todo, mantendo a harmonia entre as partes do objeto sem quebras ou descontinuidades na trajetória ou fluidez visual, de forma que fique mais estável estruturalmente em termos perspectivos. Também pode ser compreendido o movimento da forma, na direção já estabelecida. A figura 03 ilustra essa concepção.

Figura 03 – Exemplo da Lei da Continuidade



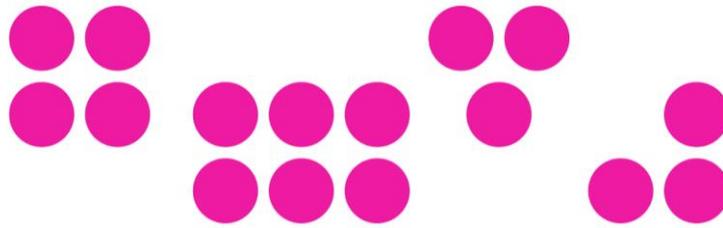
Fonte: Adaptada de Gomes Filho, 2008.

No primeiro exemplo a continuidade é atribuída pela sequência de círculos, na mesma direção, cor e tamanho. Já no segundo a imagem flui também pelo degradê da cor rosa a sequência de losangos.

#### 8.2.4 Lei da Proximidade

Elementos que estão próximos visualmente tendem a se agruparem, para constituir o todo ou as unidades do todo. Para Berg (2014) os elementos vão parecer mais unificados quanto menor a distância entre eles, o que pode ser compreendido na figura 04.

Figura 04 – Exemplo da Lei da Proximidade

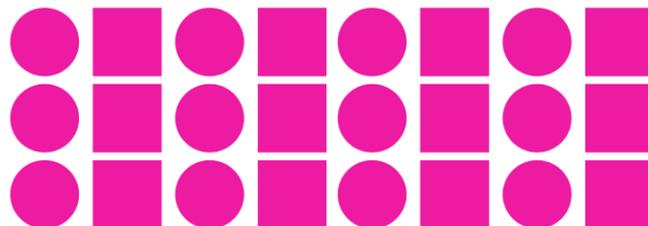


Fonte: Adaptada de Berg, 2014.

### 8.2.5 Lei da Semelhança

As similaridades entre características tendem a agrupar os elementos e constituir unidades. Estas características podem ser a cor, forma, textura, entre outros. Na figura 05 compreende-se como se dá esse processo, Berg (2014, p. 1) explica que na imagem apresentada “[...] a maioria das pessoas vê colunas de quadrados e colunas de círculos. Poucas pessoas vão associar isto como uma linha horizontal onde quadrados e círculos se intercalam.”.

Figura 05 – Exemplo da Lei da Semelhança



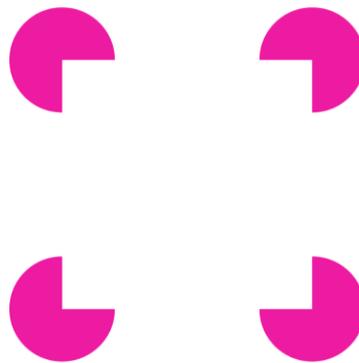
Fonte: Adaptada de Berg, 2014.

Gomes Filho (2008) ainda chama a atenção para o fato de que a Semelhança e a Proximidade agem e se reforçam mutuamente para garantir a harmonia, equilíbrio visual e unificar a forma do objeto.

### 8.2.6 Lei do Fechamento

Essa lei rege a formação de unidades, uma vez que faz com que o cérebro produza contornos e/ou faça completar uma figura ao produzir os contornos e os fechamentos que não estão presentes na imagem. Obtém-se a sensação de fechamento visual da forma, onde agrupamos os elementos de modo a dar continuidade à estrutura. Por exemplo, na figura 06, apesar de não estarem traçados, podemos identificar as formas de um quadrado, pois o nosso cérebro preenche as linhas que faltam.

Figura 06 – Exemplo da Lei do Fechamento

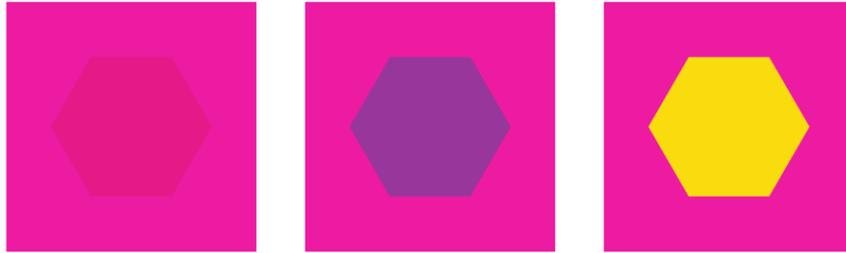


Fonte Adaptada.

### 8.2.7 Lei da Pregnância

A Pregnância é a lei básica da percepção visual da *Gestalt*, e diz respeito à simplicidade de uma composição. Quanto mais simples essa for, mais clara e compreensível ela se tornará. Ou seja, um objeto com maior pregnância tenderá a ser mais equilibrado, harmonioso, claro e heterogêneo, e com o mínimo possível de complicações visuais. A composição será de fácil compreensão e leitura. A figura 07 apresenta 3 quadrados com hexágonos no meio com exemplos: o primeiro quadrado está com baixa pregnância, ou seja, não está clara a visualização do hexágono. O segundo quadrado está com média pregnância, a visualização dele é mais evidente. E por fim o terceiro quadrado com alta pregnância, sendo o hexágono facilmente visualizado.

Figura 07 – Exemplo da Lei de Pregnância



Fonte Adaptada.

### 8.3 HIERARQUIA VISUAL

Hierarquia é a organização fundada sobre uma ordem de prioridade ou relações de subordinação entre os elementos de um conjunto, hierarquia visual nada mais é do que a organização e a priorização do conteúdo com o intuito de comunicar a mensagem ao público de forma efetiva.

A hierarquia visual, além de ser um dos princípios mais importantes do *design*, é uma ação estratégica. As escolhas do *designer* devem auxiliar a estabelecer um caminho visual que conduza o leitor e apresente a informação de forma organizada, lógica e confiável, traçando a percepção pela rota ideal.

Na comunicação esse estudo auxilia a entender prioridades, para otimizar a absorção da mensagem e transmiti-la de forma rápida e objetiva já que o consumidor é intensamente bombardeado por inúmeras informações simultâneas.

Do ponto de vista funcional, o sistema nervoso processa a informação em uma sequência hierárquica. Os componentes sequenciais de processamento visual podem ser classificados em: visão inicial, intermediária e final. A visão inicial capta elementos básicos de informação visual (forma, cor, luminosidade, movimento e localização) e os processa em diferentes partes do cérebro. A visualização intermediária segrega alguns elementos e agrupa outros para formar campos conexos, caso contrário, teríamos uma matriz sensorial caótica.

Em razão disso é essencial o estudo de hierarquia quando se trata de capas de livros, onde quantidades absurdas estão dispostas em prateleiras, e muitas vezes a capa pode chamar atenção por uma criação gráfica organizada e pensada estrategicamente para atrair o olhar do leitor.

Para elaboração de um projeto gráfico devem-se levar em conta alguns fundamentos importantes que auxiliam nesta tarefa que são: *layout* e diagramação, tipografia, caligrafia e *lettering* e teoria das cores.

### 8.3.1 *Layout* e Diagramação

O Formato do livro define as proporções externas da página, é determinado pela relação entre a largura e altura da página. Com o auxílio da diagramação, o *layout* consegue promover a harmonia da página. Os livros são geralmente projetados em três formatos: retrato, paisagem e quadrado.

A diagramação se utiliza de uma grade chamada *grid*, que determina as divisões internas fornecendo um mecanismo que possa formalizar a relação visual de cada um dos elementos da página, enquanto *layout* estabelece a posição a ser ocupada por esses elementos (HASLAM, 2017). Nesse sentido, a diagramação seria organização das ideias, o “como fazer”, e o *layout* “o que fazer”, qual a forma, correlações e escolhas para essa composição.

Ambrose e Harris (2011) esclarecem que o objetivo principal do *layout* é apresentar os elementos visuais e textuais de modo que a comunicação fique clara e de fácil compreensão para o leitor. Para os autores, *layout* diz respeito à diagramação, estrutura hierárquica e medições específicas dos elementos, controlando e ordenando a informação e dando suporte à criatividade do *designer*.

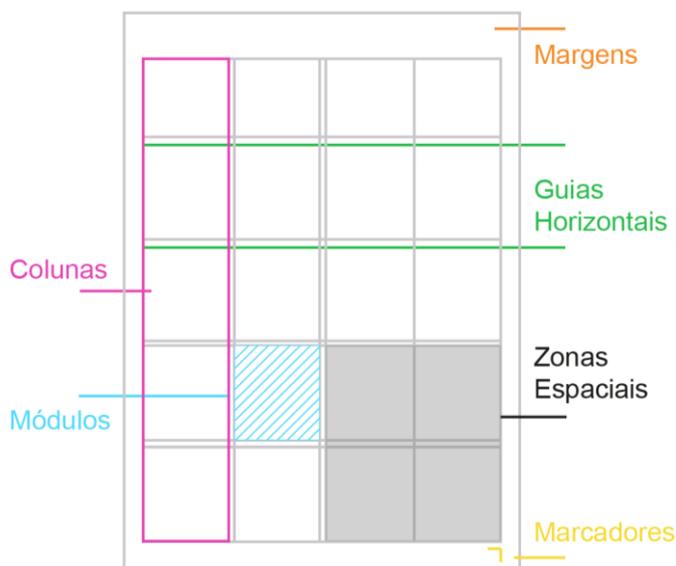
O *layout* das capas de livros se faz diferente do *layout* das páginas do miolo do livro, que se dirige a orientação textual. Conforme Haslam (2007), os *layouts* de textos são projetados para serem lidos em progressão linear, enquanto que as páginas baseadas em imagens são projetadas para serem vistas. Essa noção é necessariamente aplicável apenas às imagens, e sim a todo tipo de elemento utilizado para chamar a atenção do leitor, como as cores ou a tipografia do título.

Na diagramação o *grid* pode ter formatos diferentes: simples com uma estrutura retangular; organizado em colunas, modular ou hierárquico, alinhado conforme proporções das informações/imagens. Esse aspecto será determinado pela formatação dos elementos do *grid*, definidos abaixo pelo autor:

- a) Colunas: alinhamentos verticais que criam divisões horizontais entre as margens com larguras iguais ou diferenciadas;
- b) Módulos: são unidades individuais de espaço, separadas por intervalos regulares em espaços de tamanhos iguais que, repetidas pela página, criam colunas e faixas horizontais;
- c) margens: são os espaços livres entre o formato e o conteúdo da página;
- d) marcadores: são indicadores para textos secundários ou constantes, como cabeçalho e rodapé ou qualquer outro elemento que ocupe sempre o mesmo lugar na página;
- e) zonas espaciais: são grupos de módulos, que formam um campo distinto. Para cada campo pode haver uma designação de apresentação por tipos de informação;
- f) guias horizontais: são alinhamentos que quebram o espaço em faixas horizontais. Ajudam a orientar os olhos pelo formato e podem ser usadas para impor pausas adicionais e criar novos pontos de partida para texto e imagem.

A figura 08 ilustra como esses elementos estão alinhados na página.

Figura 08 - Elementos do grid na página



Fonte: Adaptada de Samara, 2002, p. 25.

Alguns livros ilustrados são projetados sem as grades. As imagens ou figuras são colocadas nas proporções das páginas, e as letras ou símbolos são ajustados sem uma medição formal. Isso também acontece com várias capas de livros, principalmente pela pouca quantidade de informação textual a ser inserida e em contrapartida, uma quantidade maior de elementos visuais que devem ser combinados.

### 8.3.2 Tipografia, Caligrafia e *Lettering*

O universo da criação de letras pode ser segmentado em três categorias, sendo elas tipografia, caligrafia e *lettering*. Apesar de substancialmente diferentes esses termos costumam ser confundidos. Calígrafos e *letterers* criam artes customizadas, o primeiro escrevendo palavras e o segundo às desenhando, enquanto tipógrafos criam sistemas de letras que podem ser utilizados inúmeras vezes (HISCHE, 2015). Tipografias, fontes ou *typefaces*, consistem em um sistema composto por um alfabeto completo onde todas as letras se combinam em todas as possibilidades para formar textos. Esses sistemas podem ser aplicados em inúmeros projetos com diferentes designs (FLOR, 2017).

Caligrafia se refere ao domínio da arte da escrita por meio da habilidade de manuseio de diferentes ferramentas. É a decorrência do movimento da mão em um

determinado tempo e espaço, sendo cada resultado único. Já o termo *lettering* se refere a uma expressão tipográfica única, customizada para uma aplicação específica, combinando formas e elementos gráficos para transmitir uma certa mensagem ou ideia (FLOR, 2017). Jessica Hische (2015) defende que para aperfeiçoar os trabalhos em *lettering*, assim como os de *design* gráfico, é importante conhecer os princípios de tipografia e caligrafia. Para ela artistas de *lettering* podem quebrar as regras quando quiserem, mas para isso precisam conhecê-las antes para saber como quebrá-las.

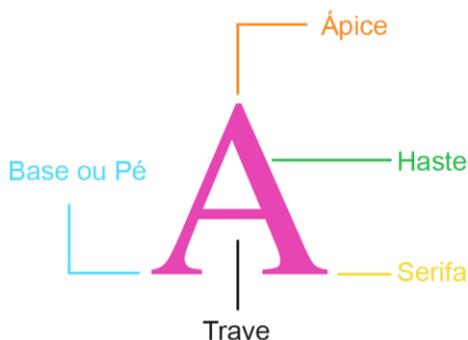
### 8.3.2.1 Tipografia

Ao se tratar especificamente da tipografia como elemento essencial do *design* gráfico, encontra-se um problema relativo ao vocabulário. O termo, em sua origem, equivalia à impressão. Johannes Gutenberg (século XV) desenvolveu um sistema através do qual caracteres em metal – armazenados em caixas de madeira com vários compartimentos – eram montados manualmente em blocos de texto. A tinta era, então, espalhada na superfície das letras para ser transferida para o papel com o auxílio de uma prensa. Várias palavras cujos significados remontam à impressão por tipos móveis são usadas contemporaneamente, ainda que a tecnologia empregada, os modos de criação e produção tenham se modificado de forma radical.

Conforme explica Gruszynski (2008) a tipografia é um conjunto de signos de função notacional, cujo significante não é a palavra, mas o desenho das letras do alfabeto. Na tipografia um caractere (dígito numérico, letra do alfabeto ou símbolo especial) pertence a um sistema de codificação, esses caracteres podem se apresentar em caixa alta ou caixa baixa, que são respectivamente as letras maiúsculas ou minúsculas, ainda há os versaletes, letras com o desenho das maiúsculas, mas com a altura das minúsculas.

O termo corpo faz referência à altura do caractere, que também é chamado de tipo. Uma fonte é um conjunto completo de caracteres que seguem um estilo e classe, um padrão de desenho, aplicados às letras, números e sinais. Uma família reúne um conjunto de fontes tipográficas que possuem as mesmas características. Existem famílias não-serifadas e as com serifa, um traço localizado nas extremidades das hastes de um caractere. Na figura 09 pode-se entender melhor a estrutura de um caractere.

Figura 09 – Estrutura de uma letra



Fonte: adaptada de Collaro, 2007, p.9.

Para Collaro (2007), entender a estrutura do caractere ajudará nas escolhas tipográficas, evitando erros mais comuns. O autor também apresenta as classificações por série que uma fonte pode apresentar:

- a) Inclinação: orientado a 90° do eixo horizontal, o grafema é chamado de redondo; os inclinados são conhecidos por itálico ou grifo;
- b) Largura: média quando é a primeira versão do desenho, largas ou expandidas e estreitas ou condensadas;
- c) Tonalidade: ligada à força da letra e à relação da espessura das hastes e seu espaço branco interno. A fonte normal é a média ou regular, com as hastes mais finas são conhecidas como *light* ou *extralight*.

Segundo Binns (1989), a condição mínima para um texto ser lido é de que este seja legível. A tipografia legível é grande e distinta o suficiente para que um leitor seja capaz de distinguir entre palavras ou letras. Na visão de Gruszynski (2008), aliar contraste, simplicidade e proporção à composição dos tipos no *layout*, garantirá legibilidade além de atentar para outros elementos determinantes:

- a) A existência ou não de serifa;
- b) O design da fonte;
- c) Composição caixa alta, caixa baixa ou caixa alta/caixa baixa;
- d) Espaço entre as letras;
- e) Espaço entre palavras;
- f) Espaço linhas;

- g) Largura da coluna ou extensão da linha;
- h) Alinhamento de parágrafos;
- i) Relação elemento tipográfico e fundo.

Haslam (2007) pondera que as características do público alvo devem ser levadas em conta para a escolha dos tipos, e o *designer* ainda pode utilizar outros critérios como a nacionalidade do autor (usando tipos de mesma origem), a originalidade da criação de um tipo exclusivo ou algum tipo que combine com o tema do livro.

### 8.3.2.2 Caligrafia

A história da caligrafia remonta à história do surgimento da comunicação não verbal, quando a humanidade começou a adotar o uso de pictogramas (*picto*= desenho; *grama*= gravar, gravação) para se comunicar.

Os manuscritos - textos escritos à mão - possuem uma forma pessoal, possuem o “estilo próprio”, de quem escreve. As formas antigas e atuais desta arte, mostram que a grafia manuscrita possibilita infinitas variações pessoais e artísticas.

Segundo Mediavilla (1996) a caligrafia moderna varia de inscrições funcionais até criações utilitárias para magníficas obras de arte, onde a expressão abstrata pode tornar-se mais importante do que a legibilidade das letras.

Desde a criação da caligrafia artística ocidental, existem seis tipos principais de estilos. Esses estilos foram influências por questões históricas e geográficas e sofreram constantes mudanças ao longo do tempo, são eles:

- a) Caligrafia inglesa: derivada da caligrafia irlandesa que era ensinada por missionários católicos por volta do século 12. Ela possui características de uso de muitos ângulos e inclinações.
- b) Caligrafia comercial: mais usada nos dias de hoje e perdeu boa parte do seu aspecto artístico. Ela também sofreu diversas mudanças ao longo do tempo e continua se adaptando ao uso comum.
- c) Caligrafia comercial alemã: possui traços finos e elegantes e as letras minúsculas são escritas em formatos diferentes das maiúsculas.

- d) Caligrafia italiana: considerada uma variação bastarda da latina. Foi a caligrafia oficial da Itália entre os séculos 3 e 5, sendo hoje usada quase que exclusivamente em lápides e documentos oficiais.
- e) Caligrafia *coulée*: considerada uma versão modificada da italiana. Ela é bastante usada até hoje na França. A *coulée* possui as hastes mais alongadas e uma leve inclinação para o lado esquerdo.
- f) Caligrafia *ronde*: estilo francês, que é ensinado até hoje nas escolas de arte. A grafia das letras nesse estilo é reta e redonda, sem nenhuma inclinação para os lados.

Todos esses estilos são usados até os dias de hoje, mesmo que com modificações desde a época em que foram criados. Também é possível aprendê-los nos diversos cursos de caligrafia que são oferecidos atualmente.

### 8.3.2.3 *Lettering*

Ao contrário da tipografia, que usa formas pré-fabricadas o *lettering* está cada vez mais conhecido como arte de desenhar letras combinando formas projetadas e desenhadas com um propósito específico. Muito utilizado em *posters* e capas de *cd's*, ele é mais expressivo, possui mais “sentimentos” que a caligrafia, por exemplo. Por meio de um *lettering* é possível passar sensações como medo, amor, rapidez, alegria e uma infinidade de possibilidades.

Capas de livros precisam expressar sensações, para conseguir pelo menos por uma fração de segundos chamar a atenção do público e expor um pequeno sentido da história que será lida.

A técnica de *lettering* não se dá o uso de tipos padronizados, mas sim o desenvolvimento de caracteres personalizados de acordo com a necessidade de expressão da composição. Ele se faz presente quando, de alguma forma e em algum lugar, há uma combinação de fontes com cores, orientações e tamanhos diferentes ou numa mensagem através de uma combinação de letras. A figura 11 apresenta alguns exemplos dessa arte.

Figura 11 - Exemplos de *Letterings*



Fonte: Blog Z<sup>3</sup>

### 8.3.4 Teoria das Cores

A cor é um elemento que pode exercer grande atração sobre o leitor. Para o *designer* gráfico ela é um instrumento visual de grande valor e este deve estar atento aos efeitos conscientes ou inconscientes que podem ser causados nas pessoas, já que a percepção de cada um em relação à cor será de acordo com critérios bem específicos como gênero, idade, cultura ou preferências.

Distintos grupos sociais têm associações e respostas diferentes às mesmas cores. Ao tentar suscitar respostas específicas com uma obra, o *designer* precisa levar em consideração o fato de que as reações emocionais e as associações instantâneas provavelmente irão variar [...] (AMBROSE; HARRIS, 2009, p.106).

A cor pode ser entendida como um código e transmitir informações, ou ajudar a estabelecer uma identidade de produtos ou empresas, uma editora, por exemplo, pode utilizar esse princípio para criar seu estilo editorial.

Vários conceitos e linhas de pensamento defendem seu entendimento, sobre o que é a cor e ainda hoje muitos estudos discutem uma definição, que é muito influenciada pela área de aplicação dos pesquisadores. Guimarães (2004, p. 12) sintetiza diversas opiniões ao entender a cor como “[. . .] uma informação visual, causada por um estímulo físico, percebida pelos olhos e decodificada pelo cérebro.”.

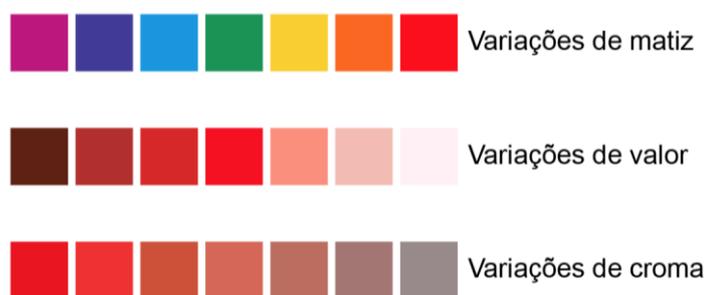
<sup>3</sup> Blog Z <https://escolazion.com/blogz/a-arte-do-lettering/>

O autor também compartilha da ideia de que as reações emocionais podem influenciar na decodificação das cores, e afirma que essas são percebidas dentro do contexto onde estão apresentadas.

Collaro (2007) esclarece que a cor é formada por ondas eletromagnéticas transmitidas pelo espaço que, ao serem captadas pelos olhos e transmitidas pelos nervos ópticos, causam certas impressões no cérebro, gerando sensações e reações e só são percebidas quando há luz no ambiente.

Há três parâmetros para a definição da cor, que segundo Guimarães (2004), recebem nomenclaturas diversas de acordo com seus autores, mas que são praticamente os mesmos. O autor adota a denominação usada por Albert Munsell, matiz, valor e croma. O matiz é a cor em si, em seu estado puro; o valor, brilho ou luminosidade é a gradação do claro ao escuro, se refere à quantidade de luz que a cor recebeu; e o croma, saturação ou luminosidade, representa a pureza ou intensidade da cor, do matiz ao cinza. Na figura 12 podem-se compreender melhor as dimensões que podem ser agregadas as cores.

Figura 12 – Variações do matiz, valor e croma



Fonte: Adaptada de Guimarães, 2004. p. 13.

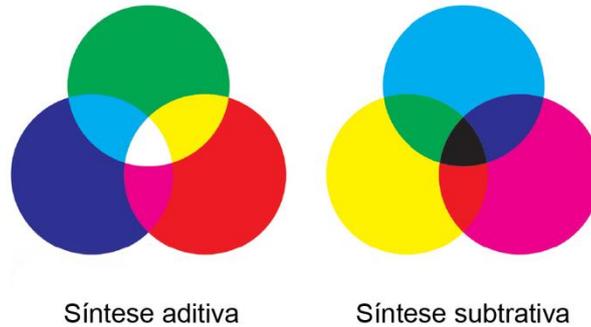
Existem as cores primárias, cores secundárias e cores terciárias. Ambrose e Harris (2009) explicam que as cores primárias não podem ser decompostas e criam todas as outras cores. Elas se dividem em dois tipos, cores primárias aditivas ou cores luz, e cores primárias subtrativas ou as cores pigmento.

A síntese aditiva diz respeito à adição de luz, para obtenção de cores. Frota (2009) expõe que nesta síntese há ausência total da luz, caracterizada pelo preto; a luminosidade vai sendo adicionada para criar outras cores luminosas que juntas formam uma luz branca. De acordo com Claro (2007), Isaac Newton foi o responsável pela teoria das cores, ao verificar que a luz branca quando incidida sobre um prisma se divide em aproximadamente trinta cores, predominando o vermelho, o verde e o azul, as cores primárias luz. Os nomes dessas cores em inglês geraram uma escala de cores utilizadas pelos produtores gráficos, o RGB, sendo *Red*. (vermelho), *Green* (verde) e *Blue* (azul). Essa escala é usada para arquivos e imagens da mídia digital, na televisão, no cinema e fotografia, por exemplo. As cores emitidas pela escala RGB somarão a cor branca.

A síntese subtrativa usa pigmentos para bloquear a luz branca. Frota (2009) afirma que uma superfície branca é capaz de refletir 100% dos raios luminosos, quando se aplica um pigmento sobre esta superfície, ele subtrai luminosidade até conseguir um índice máximo de absorção, gerando uma cor escura, que é reforçada pela indústria gráfica para ficar completamente preta. As cores primárias pigmento são ciano, magenta e amarelo formando o sistema CMYK. A produção gráfica utilizada para impressões também é utilizada pela indústria química, indústria têxtil, e artes plásticas, entre outros. Tanto na síntese aditivada quanto na síntese subtrativa as cores se comportarão diferentemente, de acordo com a intensidade

da luz e a das características do suporte, impresso ou digital. A figura 13 traz as representações das duas sínteses.

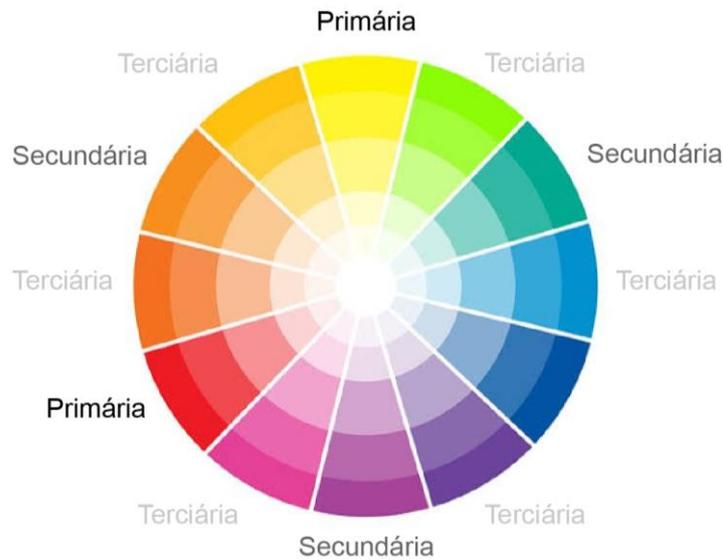
Figura 13 – Síntese aditiva e síntese subtrativa



Fonte: Adaptada de Ambrose e Harris, 2009, p.18.

Ambrose e Harris (2009) esclarecem que as cores secundárias são formadas pela combinação de quaisquer duas cores primárias na mesma proporção, já as cores terciárias são produzidas pela mistura de uma cor primária e uma cor secundária. Os autores também conceituam o círculo cromático, que é uma representação das cores do espectro visível. A figura 14 apresenta a disposição das cores no círculo, as cores primárias, secundárias e terciárias estão sinalizadas.

Figura 14 – Círculo cromático



Fonte: Ambrose e Harris, 2009, p. 19.

Através do círculo cromático, podemos entender as relações entre as cores determinadas conforme:

- a) Cores complementares: são cores diretamente opostas e uma delas sempre é escolhida como dominante;
- b) Cores análogas: são três cores que estão lado a lado em qualquer parte do círculo;
- c) Cores complementares divididas: usa duas cores adjacentes à uma complementar de auto grau de contraste;
- d) Cores tríadicas: quaisquer três cores equidistantes do círculo;
- e) Cores tetraédicas: dois pares de cores complementares, com muitas possibilidades de variações, mas difícil de harmonizar.
- f) Cores quadráticas: esquema com maior número de combinações, 4 cores espaçadas igualmente na forma de quadrado.

A figura 15 ilustra as relações das cores no círculo cromático.

Figura 15 – Seleções de cores do círculo cromático



Fonte: Adaptado de Ambrose e Harris, 2009, p. 20.

Collaro (2007) apresenta outros aspectos sobre as cores que são usados em diversas áreas, como a temperatura das cores. Cores amareladas ou magenta, sugerem calor, luz e fogo, e são chamadas de cores quentes, enquanto cores que transmitem sensação de conforto, sendo associadas ao frio e à água como verde e ciano são consideradas cores frias. Ainda existem as cores neutras que não são influenciadas nem influenciam nenhuma outra cor e são consideradas com pouca energia e as cores especiais, como as cores fluorescentes (que se usadas em excesso podem cansar a visão) e as cores metálicas.

Esse entendimento de cores quentes e frias representam as generalizações comuns lançadas pela psicologia das cores. Apesar do significado de cada cor ser variável por questões pessoais e culturais, um perfil emocional da cor pode ser traçado como demonstram Frota (2010) e Ambrose e Harris (2009) ao detalhar o significado de algumas cores a seguir:

- a) Branco: sensação de paz, relacionada ao puro, inocente, clínico;
- b) Vermelho: sensações de alegria, força e vitalidade. Aumenta visualmente os objetos, também pode ser considerada uma cor animada, agressiva, dinâmica e sedutora;
- c) Laranja: representa imaginação, aventura e jovialidade, se usado em

excesso pode provocar a impressão de ausência de seriedade, é também divertida e intensa, lembra força, calor, fortuna, outono e pôr do sol;

- d) Verde: é uma cor calma, associada à estabilidade. Se mais amarelada lembra força, se mais azulada remete seriedade. O verde é comumente associado à adolescência, a bem-estar, paz, natureza, primavera;
- e) Amarelo: uma cor motivadora, lembra ciúme, conforto, egoísmo, espontaneidade, flores, iluminação, inveja, sol, verão, covarde e enganoso;
- f) Azul: cor estável e sóbria, considerada profunda, calmante, mística, espiritual, lembra céu, confiança, divindade, espaço, fidelidade, frio, gelo, infinito, intelectualidade, inteligência, limpeza, mar, pureza, serenidade;
- g) Rosa: uma cor feminina, lembra doces, flores, fraqueza, inocência, lingerie, saúde, suavidade, romance, suave;
- h) Roxo: pode ser considerada fúnebre e elegante, lembra feitiçaria, egoísmo, espiritualidade, fantasia, feminilidade, floral, hematoma, igreja, justiça, mistério, misticismo, noite, sensualidade;
- i) Preto: cor ligada à seriedade, ao mágico, ao dramático, sinistro, luto, noite, tristeza, solidão e fim.

Na visão de Collaro (2007) existem algumas cores que, de modo geral, são mais atraentes que outras. O autor criou uma escala de atratividade das cores, que determina a cor laranja como a mais atraente, e a cinza menos atraente. Na figura 16 são apresentadas as cores presentes nessa escala.

Figura 16 – Escala de atratividade da cor



Fonte: Collaro, 2007, p. 28.

As cores em um projeto gráfico podem ser utilizadas segundo algumas técnicas, explicadas por Ambrose e Harris (2009), como as camadas de cores. Essa técnica é usada para combinar ou distribuir elementos, aprimorando a aparência visual e criando clareza, e é composta por três usos diferentes:

- a) Tom sobre tom: dois elementos com tonalidades diferentes da mesma cor são colocados um sobre o outro;
- b) Imagem vazada: remove partes do preenchimento da cor;
- c) Sobreposto: dois elementos sobrepostos onde uma cor é mais escura que a outra.

Outra técnica utilizada é o preenchimento de algum elemento do *design* gráfico com um gradiente de cor, criando efeitos de transição de uma cor para outra.

#### 8.4 TEXTURA E PADRONAGEM

Quando se analisa capas de livros infantis, a textura é uma peça chave para atrair a atenção das crianças, pois o aspecto de uma superfície pode ser visto ou sentido.

Como um elemento visual, Dondis (2007) explica que a textura geralmente age como o substituto do tato, entretanto, uma textura pode ser reconhecida e identificada tanto através do sentido tátil quanto do sentido ótico. Ao criar-se um *design* para uma capa de livro, seu revestimento pode receber uma textura palpável; uma representação ótica de uma textura ou ambas as formas. Para Lupton e Phillips (2008, p. 53)

[. . .] a textura acrescenta detalhes a uma imagem proporcionando mais qualidade à superfície como um todo e recompensando o olhar daquele que a observa. [. . .] o *designer* usa texturas para estabelecer uma atmosfera, reforçar um ponto de vista ou expressar uma sensação de presença física.

Os autores também esclarecem que o *designer* pode ampliar as

propriedades formais das texturas, apostando em contraste entre textura lisa/rugosa, macia/ áspera, seca/molhada entre outras.

A padronagem é sempre resultado de uma repetição de elementos, que podem recorrer na imagem de forma contínua ou com áreas de concentração de diferentes intensidades. (LUPTON; PHILLIPS, 2008).

Estes elementos, quando juntos, constituem uma unidade chamada de módulo, e é a partir da articulação desses módulos, seguindo o princípio da repetição, que será construído o padrão gráfico. (BASTOS, 2013).

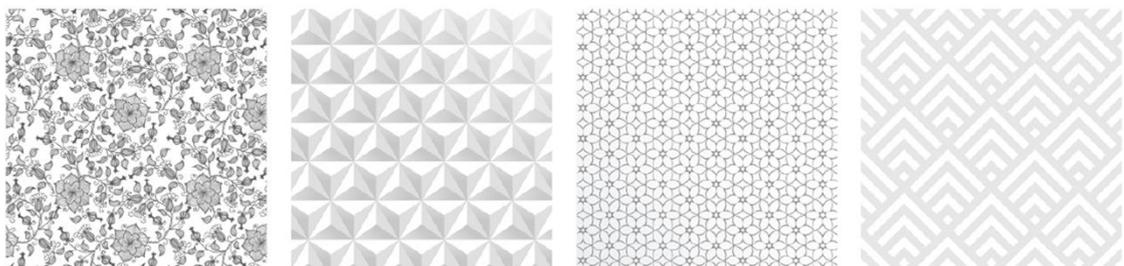
Para melhor entendimento de texturas e padronagens a seguir alguns exemplos dessa aplicação na figura 18 e figura 19.

Figura 18 – Exemplos de texturas



Fonte: Adaptada de Freitas, 2014.

Figura 19 – Exemplos de padronagens



Fonte: Adaptada de Freitas 2014.

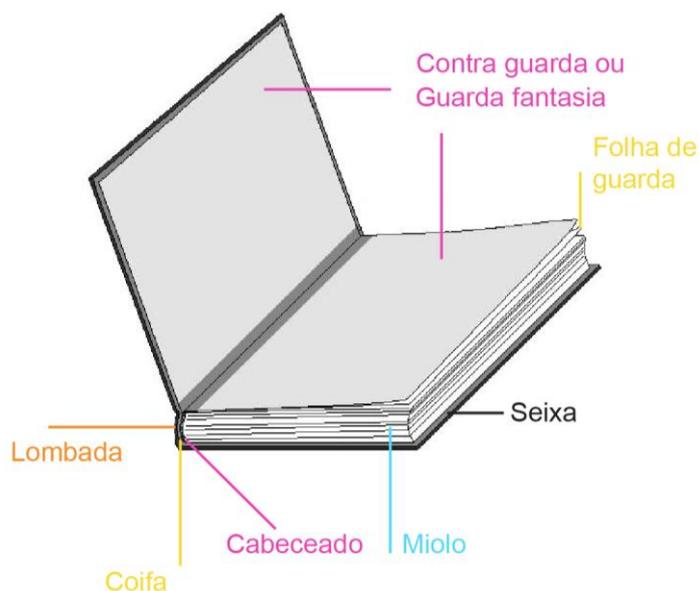
Uma textura não irá necessariamente ser repetitiva, porém, uma padronagem pode ser entendida como textura. Tanto a textura como a padronagem podem ser usadas em capas de livros como a imagem principal ou como plano de fundo, dependendo da criatividade do *designer*.

## 8.5 ENCADERNAÇÃO E ACABAMENTO

O acabamento em projetos editoriais é uma etapa essencial para facilitar a leitura e manuseio dos livros, além de deixar o produto mais atrativo aos consumidores. Nesse sentido, a encadernação é um processo que vem após a impressão em gráficas editoriais ou digitais. A encadernação tem o intuito de unir as páginas ordenadamente para garantir o fácil manuseio.

Para entender qual tipo de encadernação é a ideal, é necessário conhecer como os livros são divididos, sua anatomia. Assim, facilita a compreensão e garante a encadernação mais adequada. As divisões são compostas segundo a figura 20 por:

Figura 20: Anatomia do livro



Fonte: Adaptada de Reproset<sup>4</sup>

- a) Lombada: tem como função manter as folhas de um livro sempre unidas. Podendo reuni-las de forma costurada, grampeada ou colada.
- b) Miolo: são todas as páginas internas de um livro.
- c) Seixa: é a distância que vai desde as folhas do livro, até à beirinha do cartão (tipo de capa de esforço).

<sup>4</sup> Site Reproset <https://reproset.com.br/encadernacao-qual-e-a-ideal-para-o-meu-material/>

- d) Coifa: É a curvatura nas extremidades da lombada de um livro. Fica entre a lombada e o miolo.
- e) Guarda ou Folha de guarda: é a folha que se coloca antes das folhas ou da capa original do livro a encadernar.
- f) Contra-guarda: material que cobre a segunda capa e a folha de guarda. Em alguns casos, a contra-guarda é também a folha de guarda.
- g) Cabeceado: serve para proteção do miolo e fica nas extremidades da coifa.

Para a encadernação dos livros utiliza-se geralmente a brochura ou a cartonagem. A brochura, também conhecida como capa mole ou capa flexível, é composta por uma cartolina dobrada; a cartonagem ou capa dura é formada por um papelão de alta gramatura. A capa é unida ao miolo através de grampeamento, colagem ou costura. Alguns miolos e capas podem ser furados e unidos por um espiral, forma geralmente utilizada em trabalhos acadêmicos.

O papel é um material com estrutura porosa e espessura regular, constituído por uma trama de fibras entrelaçadas, quase sempre de natureza vegetal (BAER, 2002).

Ao se determinar qual o tipo de papel que será usado no design do livro, deve se ter em mente de que forma esse papel será usado. O tipo de papel escolhido pode influenciar na intensidade da cor e na legibilidade do conteúdo do projeto. Collaro (2007) aponta que, quando se objetiva uma leitura clara, a opção será por papéis onde a luz reflita pouco; já os casos em que se espera um destaque das cores e das imagens, o papel mais brilhante se faz uma boa opção. Essas características são determinadas pelo revestimento que a superfície do papel recebe para torná-la mais uniforme ou menos áspera. Os tipos de papel mais utilizados em livros, geralmente em seu miolo, conforme Ambrose e Harris (2009) são:

- a) *Offset*: papel de elevada resistência, é mais poroso pois não recebe o revestimento final. Imagens coloridas de alta qualidade são difíceis de serem reproduzidas;
- b) *Couché fosco*: papel revestido com uma superfície opaca;
- c) *Couché brilhante*: papel com superfície brilhante super. branca e lisa;

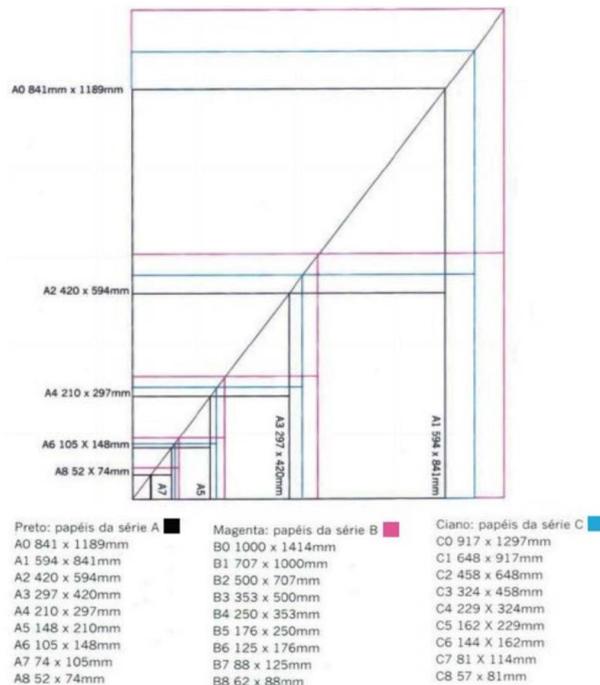
- d) *Semichouché*: papel com quantidade de revestimento maior que o fosco, mas menor que o brilhante;
- e) *Couché* de alto brilho: papel denso com uma superfície intensamente brilhante apenas no anverso da folha.

Haslam (2007) determina algumas características importantes em relação ao papel: a gramatura, o formato, o sentido da fibra (em qual lado o papel assenta) e a cor, já que até mesmo a brancura das folhas pode diferenciar de um lote para o outro.

A gramatura é a espessura do papel definida pelo peso em gramas e, de acordo com o peso, classificam-se os tipos de papel: com até 150 g/m<sup>2</sup> são considerados papel; de 150 a 180 g/m<sup>2</sup> são considerados cartolina e a partir de 180 g/m<sup>2</sup> passam a ser chamados de cartão.

O formato do papel pode seguir a norma da *International Organization for Standardization 216* (ISO 216), usado no Brasil, ou outros formatos adotados em países como os Estados Unidos. No sistema ISO 216 os papéis foram divididos em formatos A, B e C, conforme a figura 21 demonstra.

Figura 21 – Formatos das séries A, B e C da ISO 21



Fonte: Haslam, 2007, p. 192.

Após a encadernação, o livro recebe o acabamento final. Nessa fase, a capa do livro pode ganhar várias características que o destaquem e o diferencie de edições mais simples. Haslam (2007) esclarece que algumas capas podem ser revestidas com couro (sintético ou animal) ou tecido cru. Para capas com revestimento em papel, pode-se usar os acabamentos a seguir:

- a) Relevo: reproduz um elemento mais alto que o restante da superfície da capa do livro;
- b) Estampagem com laminado: mesma ideia do relevo, porém com o adicional de folhas metálicas, como ouro, cobre, latão e platina que dão um brilho metálico ao elemento em relevo;
- c) Laminação: adiciona proteção à impressão podendo criar uma superfície brilhante, fosca ou sobreposição de outros materiais;
- d) Imagens lenticulares: imagem que cria a sensação de movimento conforme o olhar percorre a página;
- e) Imagens holográficas: aparentemente tridimensionais, ao percorrer a página com o olhar, a imagem parece girar, como se estivesse dando voltas em torno do objeto.

## 8.6 IMAGENS E ILUSTRAÇÕES

Uma imagem nada mais é do que um desenho, pintura, gravura ou fotografia, que ilustra alguma coisa a fim de facilitar a sua compreensão. (ANTUNES, 2007).

A diferença entre imagem e ilustração, como explica Camargo (2006) é que a ilustração, por definição, é feita para acompanhar um texto, enquanto uma imagem é independente e diz algo por si só. Entretanto, é importante ressaltar que a ilustração não pode ser reduzida a uma simples tradução do texto, nem o significado da imagem pode ser reduzido à identificação do ser que está representando.

A ilustração é um artifício peculiar utilizado nos livros infantis para chamar atenção das crianças, além de também ser uma imagem que pode substituir um texto, ampliá-lo, adicionar a ele informações, ou também questioná-lo (FREITAS; ZIMMERMANN, 2006–2007), levando-se em consideração que a leitura de imagens antecede à leitura de palavras, e muitas crianças têm contato com as histórias através das imagens. A formação de leitores se fortalece pelo acesso e leitura de diversos tipos de mídias, sejam textos ou ilustrações. Para leitores em fase de alfabetização, o texto deve ser curto, o vocabulário acessível e a ilustração, facilitadora da compreensão da história.

Ambrose e Harris (2005) esclarecem que em um projeto gráfico a imagem pode ser o foco principal ou ser usada como um elemento secundário. Exerce um papel fundamental na comunicação de uma mensagem, podendo estabelecer uma identificação visual do projeto. O uso de imagens é eficaz, pois elas comunicam rapidamente uma ideia ou instrução, fornecendo informações detalhadas ou transmitindo uma sensação de que o leitor pode compreender com facilidade. Vários aspectos determinam o uso das imagens, incluindo

[. . .] o impacto desejado e o estilo do projeto, o público-alvo, a função da imagem e a ousadia ou conservadorismo do projeto como um todo. Talvez essa seja a parte mais estimulante do design, uma vez que as imagens podem ter um grande impacto sobre o resultado e o sucesso de um projeto devido à reação emocional provocada no espectador. Contudo, se mal utilizadas, as imagens podem enfraquecer ou neutralizar a mensagem do texto. (AMBROSE; HARRIS, 2012, p. 127).

Camargo (2006) entende que a imagem pode desempenhar funções semelhantes as da palavra como descrever, simbolizar, narrar, brincar e persuadir o observador. Para o autor, o bom uso da imagem deve obedecer a alguns critérios:

- a) Legibilidade;
- b) Qualidade estética, evitando redundâncias quanto ao texto que acompanha ou quanto a própria imagem;
- c) Não ocorrerem disputas de espaço espacial e semântico com o texto a que se refere;
- d) Prever momentos de relaxamento para os olhos.

A melhor forma de se iniciar a explanação sobre o impacto das ilustrações no imaginário infantil é justamente apontar as funções que esse discurso

desempenha, pois, além de ornar e elucidar o texto, as ilustrações apresentam as seguintes funções:

- a) Função representativa: imita a aparência da personagem a qual se refere;
- b) Função descritiva: trata-se do detalhamento da aparência da personagem;
- c) Função narrativa: ocorre quando a ilustração situa a personagem representada através de transformação (no estado do ser representado) ou ações (por ele realizadas);
- d) Função simbólica: quando sugere significado sobrepostos ao seu referente mesmo que arbitrariamente, como por exemplo as bandeiras nacionais;
- e) Função expressiva: quando há a revelação de sentimentos e valores do produtor da imagem ou quando ressalta as emoções e sentimentos da personagem representada;
- f) Função estética: enfatiza a forma da mensagem visual, ou seja, sua beleza;
- g) Função lúdica: orienta para o jogo, incluindo-se o humor como modalidade de jogo;
- h) Função conativa: quando orientada para o destinatário, com o objetivo de influenciar seu comportamento, através de procedimentos persuasivos ou normativos;
- i) Função metalinguística: o referente da imagem é a linguagem visual ou a ela diretamente relacionado, como citações de imagem, etc.
- j) Função fática: a imagem enfatiza o papel de seu próprio suporte;
- k) Função de pontuação: orientada para o texto junto ao qual se insere, sinalizando seu início, seu fim ou suas partes, nele criando pausas ou destacando alguns de seus elementos.

Em capas de livros infantis a ilustração nem sempre acompanha um longo texto e sim o título do livro e outras frases de divulgação ou informação. Entretanto a imagem da capa da obra poderá ter mais elementos com referências à história retratada no livro do que ao seu título em si. Dependendo da proposta do livro a imagem pode ser única na capa, sem apresentar até mesmo seu próprio título. Além

disso, em capas tipográficas a imagem pode servir de textura para os tipos ou como plano de fundo.

## REFERÊNCIAS

LEITURINHA. **A importância das ilustrações nos livros infantis**. Minas Gerais, 2017. Disponível em: <<https://leiturinha.com.br/blog/a-importancia-das-ilustracoes-nos-livros-infantis/>> Acesso em: 11 set. 2019.

PAIVA, MARÍLIA. **A importância do livro infantil**. Minas Gerais, 2019. Disponível em: <<https://www.hojeemdia.com.br/opini%C3%A3o/blogs/opini%C3%A3o-1.363900/a-import%C3%A2ncia-do-livro-infantil-1.708542>> Acesso em: 11 set. 2019.

CHRISPIM, Luana. **A importância da literatura infantil no desenvolvimento da criança**. São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://envolverde.cartacapital.com.br/a-importancia-da-literatura-infantil-no-desenvolvimento-da-crianca/>> Acesso em: 23 set. 2019.

EDITORA UNESP. **Novas tendências para o mercado de livros infantis**. São Paulo, 2018. Disponível em: <<http://editoraunesp.com.br/blog/novas-tendencias-para-o-mercado-de-livros-infantis>> Acesso em: 23 set. 2019.

ARANHA, Luisa. **Apresentação do Livro: capa**. Porto Alegre, 2017. Disponível em: <<http://escritorpublicado.com.br/colunas/guia-da-escritora-independente/apresentacao-da-obra-capa/#.XYld6ZNKhsM>> Acesso em: 23 set. 2019.

MOTA, Gustavo. **Elementos básicos da comunicação visual**. 2016. Disponível em:

<<https://blog.wedologos.com.br/design-grafico/identidade-visual/elementos-basicos-da-comunicacao-visual/>> Acesso em: 02 out. 2019.

PAULINO, Tailane. **Caligrafia Artística**. Pernambuco, 2018. <<https://www.estudopratico.com.br/caligrafia-artistica/>> Acesso em: 02 out. 2019.

ENIDER. **História da Caligrafia**. Paraná. Disponível em: <[http://www.caligrafaenider.com.br/hist\\_caligrafia.php](http://www.caligrafaenider.com.br/hist_caligrafia.php)> Acesso em: 02 out. 2019.

VASCONCELOS, Priscila. **A importância da Hierarquia Visual**. Pernambuco, 2015. Disponível em: <<https://designculture.com.br/a-importancia-da-hierarquia-visual/>> Acesso em: 13 out. 2019.

CARDOSO, Felipe. **Hierarquia Visual**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <<https://blog.mx cursos.com/hierarquia-visual/>> Acesso em: 13 out. 2019.

LIMA, Naiara. **Hierarquia Visual parte 2**. Minas Gerais, 2018. Disponível em: <[http://gardenconsultoria.com.br/especial/hierarquaviual\\_parte2](http://gardenconsultoria.com.br/especial/hierarquaviual_parte2)> Acesso em: 13 out. 2019.

ANTUNES, Ricardo. **Guia do ilustrador**. São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.guiadoilustrador.com.br/>>. Acesso em: 30 out 2019.

RIBERO, Ana. **O Layout e a leitura**. Brasil, 2017. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1162.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1162.pdf)> Acesso em: 30 out. 2019.

YAMASHIRO, Agata. **Entendendo a diferença entre tipografia e lettering**. 2014. Disponível em: <<https://www.des1gnon.com/2014/05/entendendo-a-diferenca-entre-tipografia-e-lettering/>> Acesso em: 30 out. 2019.

UFRGS. **A preferência do público em relação a os recursos gráficos nos livros infantis para crianças na fase de alfabetização**. Santa Catarina, 2014. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/det/index.php/det/article/view/189/104>> Acesso em: 26 nov. 2019.

JOÃO. **Tipos de encadernação**. Paraná, 2018. Disponível em: <<https://reproset.com.br/encadernacao-qual-e-a-ideal-para-o-meu-material/>> Acesso em: 26 nov. 2019.

MASSONI, Herbert. **Ilustrações em Livros Infantis: Alguns Apontamentos**. Santa Catarina, 2012. Disponível em: <<http://revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/13951/9036>> Acesso em: 26 nov. 2019.

FORTUNA, Humberto. **Teoria das cores no design**. 2018. Disponível em: <<https://medium.com/uxmotiondesign/teoria-das-cores-no-design-6f475942479e>> Acesso em: 26 nov. 2019.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. 15. ed. Campinas: Papyrus, 2010.

BAMBERGER, Richard. **Como incentivar o hábito de leitura**. 7. ed. São Paulo: Ática, 2010.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. 8 ed. rev. e ampl. São Paulo: Escrituras, 2008.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **Design gráfico: do invisível ao ilegível**. São Paulo: Rosari, 2008.

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II: como criar e produzir livros**. São Paulo: Rosari, 2007.

HENDEL, Richard. **O design do livro**. 2. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.